

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra ekonomie

Vykazování informací a společenská odpovědnost

Diplomová práce

Autor: Beáta Davidová
Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: Ing. Svobodová Libuše, Ph.D.

Hradec Králové

duben 2020

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 30.4.2020



Beáta Davidová

Poděkování:

Velmi ráda bych tímto poděkovala své vedoucí práce, doktorce Svobodové, která mi pomáhala od nápadu až do konce, a tak byla mou velkou oporou a často i motivací k rychlejšímu a kvalitnímu zpracování. Věnovala se mé práci velmi detailně a dostalo se mi konstruktivní kritiky a toho si cením nejvíce. Děkuji.

Anotace

Cílem této práce je popsat vztah největších českých firem k vykazování informací a společenské odpovědnosti. Tento vztah rozebírá a popisuje v návaznosti na zkoumání dvaceti největších firem podle výnosů v roce 2018, kdy se zaměřuje na vykazování jejich výročních zpráv v letech 2017 a 2018 a průzkum jejich aktivit spojených se společenskou aktivitou ve stejném období.

Výsledkem práce je zjištění, že všechny tyto firmy zákon dodržují a poctivě vykazují státem vyžadované informace, dále je výsledkem popis vztahu ke společenské odpovědnosti jednotlivých firem, kdy práce potvrzuje zvyšování důležitosti tohoto odvětví pro firmy a zároveň porovnává různé přístupy. Zkoumané firmy mají všechny nemalý vliv především na zaměstnanost a životní prostředí, a tak by měla být pro všechny společenská odpovědnost základním pilířem. Ve většině případů však hraje opravdu velkou roli a společnosti se jí zabývají.

Annotation

Title: Reporting and Corporate Social Responsibility

The aim of this work is to describe the relationship to reporting and corporate social responsibility of the largest Czech companies. This relationship is analyzed and described via an examination of the top 20 companies by their revenue in 2018. Detail is focusing on their annual reports in 2017 and 2018 and exploring their corporate social responsibility activities in the same period.

The most important finding is that all these companies comply with the law and honestly report all the necessary information required by the state. This paper also describes attitude to corporate social responsibility, and it is confirming the increasing importance of this industry for companies and it compares their different approaches. These surveyed companies all have a significant impact on employment and the environment, and so it should be a fundamental pillar for all of them. In most cases, thankfully, it plays a really big role and companies cares about it.

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika.....	2
3	Společenská odpovědnost.....	3
3.1	Definice a smysl CSR	3
3.2	Dělení a přístupy k CSR.....	4
3.3	Zúčastněné strany	6
3.4	Důvody zavedení CSR	7
3.5	Společenská odpovědnost v ČR	9
3.5.1	MPO 2018 [6]	10
3.5.2	IPSOS 2017 [7].....	10
3.5.3	IPSOS 2018 a 2019.....	10
3.6	Mezinárodní nástroje a standardy CSR [5].....	13
3.6.1	„AA 1000 Accountability/Assurance Standard.....	13
3.6.2	Global Reporting Initiative.....	13
3.6.3	ISO 26000	13
3.6.4	SA8000 Standard	14
3.6.5	Směrnice OECD pro nadnárodní podniky	14
3.6.6	Tripartitní deklarace zásad o nadnárodních podnicích a sociální politice 14	
3.6.7	UN Global Compact	15
3.6.8	UN Guiding Principles on Business and Human Rights	15
3.7	Analýza publikací	16
3.7.1	Web of Science	16
3.7.2	VosViewer – klíčová slova	19
4	Audit a vykazování informací.....	22

4.1	Audit.....	22
4.2	Právní úprava Auditů.....	23
4.3	Vykazování informací.....	25
4.4	Sestavování a zveřejnění výroční zprávy.....	26
5	Průzkum vybraných společností.....	28
5.1	ŠKODA AUTO a.s.	29
5.2	ČEZ, a.s.....	30
5.3	AGROFERT, a.s.....	31
5.4	Energetický a průmyslový holding, a.s.	32
5.5	UNIPETROL, a.s.	33
5.6	FOXCONN CZ s.r.o.....	34
5.7	MORAVIA STEEL a.s.	35
5.8	BOSCH Group ČR.....	36
5.9	ČEPRO, a.s.....	37
5.10	MOL Česká republika, s.r.o.	38
5.11	innogy Česká republika a.s.....	39
5.12	O2 Czech Republic a.s.....	40
5.13	GECO, a.s.	41
5.14	Metrostav a.s.....	42
5.15	VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.....	43
5.16	Porsche Česká republika s.r.o.....	44
5.17	MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	45
5.18	T-Mobile Czech Republic a.s.	46
5.19	České dráhy, a.s.....	47
5.20	ARMEX GROUP s.r.o.	48
5.21	Hodnocení firem dle aktivit a externích žebříčků.....	49

5.21.1	TOP Odpovědná firma	49
5.21.2	100 obdivovaných firem.....	50
5.21.3	Nejlepší výroční zprávy	51
5.21.4	Zahraníční statistiky	51
6	Shrnutí výsledků.....	52
7	Závěry a doporučení	60
8	Seznam použité literatury.....	61
9	Přílohy	66

Seznam obrázků

<i>Obrázek 1: Rozdělení CSR do tří základních oblastí (upraveno) ^[45]</i>	5
<i>Obrázek 2: Co si populace představuje pod pojmem CSR firem - 2019 (upraveno) ^[8]</i>	11
<i>Obrázek 3: Graf odpovědí na otázku zaměření firem v CSR - 2019 (upraveno) ^[8]</i>	12
<i>Obrázek 4: Graf výsledků vyhledávání podle roku vydání – upraveno ^[13]</i>	16
<i>Obrázek 5: Graf záznamů podle zemí původu – TOP 25 (vlastní zpracování) ^[13]</i>	17
<i>Obrázek 6: Vyhledané výrazy podle zaměření ^[13]</i>	18
<i>Obrázek 7: Analýza klíčových slov za pomoci aplikace VosViewer (TOP 20)</i>	19
<i>Obrázek 8: Analýza klíčových slov za pomoci aplikace VosViewer (TOP 10)</i>	20
<i>Obrázek 9: Graf vzájemného vztahu výnosů a zájmu o CSR.....</i>	59

Seznam tabulek

<i>Tabulka 1: Dělení společenské odpovědnosti ^[3]</i>	4
<i>Tabulka 2: Stakeholderi a jejich očekávání (upraveno) ^[4].....</i>	7
<i>Tabulka 3: Porovnání vybraných otázek z průzkumu Ipsos z let 2018 a 2019 ^[8]</i>	11
<i>Tabulka 4: Žebříček nejvýznamnějších firem v ČR podle czechtop100.cz ^[12]</i>	28
<i>Tabulka 5: Porovnání auditorů napříč odvětvími u zkoumaných firem.....</i>	53
<i>Tabulka 6: Přehled podílů auditorských firem na vzorku</i>	54
<i>Tabulka 7: Návaznost průměrného počtu získaných bodů na audit.....</i>	54
<i>Tabulka 8: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - základní přehled.....</i>	55
<i>Tabulka 9: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - CSR aktivity</i>	56
<i>Tabulka 10: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - Vykazované informace ...</i>	57
<i>Tabulka 11: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - Externí žebříčky</i>	58

1 Úvod

Tato diplomová práce se bude zabývat společenskou odpovědností ve firmách v České republice a její souvislostí s auditem a finančními a jinými výkazy. Společenská odpovědnost hraje nemalou roli v našich životech, ať už v podobě celkového chování k životnímu prostředí nebo udržitelnosti, tak například i v zaměstnání v přístupu nadřízených a firmy. Potkáváme se s ní zkrátka každým dnem třeba při třídění odpadu, a tak je možná důležitější, než si myslíme, a proto si zaslouží pozornost této práce.

V teoretické části nejprve práce popíše, co společenská zodpovědnost, vykazování informací, audit a pojmy s tím spojené znamenají a jaká je s nimi v České republice spojena legislativa. Pokusí se také nastítnit současnou situaci a zájem o společenskou odpovědnost a její důležitost pro firmy i občany pomocí průzkumů jak externích, tak vlastních.

V praktické části se pak zaměří na vybraný vzorek firem z České republiky, u kterého bude sledovat CSR aktivity, vykazování informací, auditní výsledky a jejich případné spojitosti. Jako vzorek byly vybrány firmy s největšími výnosy v posledních letech, jelikož by měly v této oblasti nejen excelovat, jako i ve svém podnikání, ale také jít příkladem firmám malým a středním.

Závěrem práce zhodnotí vybraný vzorek firem a stanoví, zda jsou tyto oblasti propojené, a jak se to projevuje u vybraných firem. Celkovým výsledkem práce je tedy popis chování největších firem na našem trhu v oblasti společenské odpovědnosti, popis jejich aktivit a porovnání s výsledky externích i vlastních průzkumů o důležitosti společenské odpovědnosti.

2 Cíl práce a metodika

Cílem práce je popsat přístup ke společenské odpovědnosti v České republice a poté u vybraných společností analyzovat jejich vykazování v rámci finančního účetnictví a společenské odpovědnosti. Následně budou rozebrány případné vazby zkoumaných oblastí včetně auditu a výkonnosti společností.

Hlavní otázkou práce tedy je, jakou hrají firmy s velkým vlivem roli ve společenské odpovědnosti a jak se staví k vykazování informací. Na tuto otázku bude zodpovězeno porovnáním nejvýznamnějších firem v České republice a jejich postavení k výše zmíněným skutečnostem.

Dále bude proveden průzkum za pomoci vyhledávání klíčových slov na webových stránkách odborného charakteru a porovnání těchto souvislostí se zjištěnými souvislostmi z průzkumu v ČR.

U praktické části byla použita následující metodika. Nejprve byl zvolen žebříček 20 nejvýznamnějších firem podle výnosů v roce 2018. Tyto firmy byly následně podrobeny detailnímu průzkumu, který začínal na obchodním rejstříku, kde bylo zkoumáno, zda firma v posledních dvou dostupných letech (2017 – 2018) vykazovala výroční zprávu a všechny její náležitosti, v jakém rozsahu a zda měla nějaký nadstandardní obsah. Nebyl zkoumán rok 2019, protože takto velké firmy podléhají auditu a ten se často vede delší dobu, a tak tyto údaje za poslední rok nejsou dostupné v době psaní této práce.

Dále byla zvolena jednotná metodika a za pomoci vyhledávání přes Google byl zadán vždy název firmy ve spojitosti se slovním spojením „společenská odpovědnost“. U většiny firem se pak práce odkazuje na CSR report nebo část webové stránky dané firmy a rozebírá informace z těchto dostupných zdrojů.

Každé společnosti je tedy věnována jedna strana, kde je zmíněno, co firma dělá, jak se staví k vykazování informací a ke společenské odpovědnosti. Závěrem byly všechny tyto informace shromážděny do tabulek v Příloze č. 2 a okomentovány v závěrečné části.

3 Společenská odpovědnost

3.1 Definice a smysl CSR

Společenská odpovědnost (neboli Corporate Social Responsibility - CSR) je samoregulační obchodní model, který pomáhá firmě být společensky odpovědnou - vůči sobě, zúčastněným stranám a veřejnosti. Uplatňováním sociální odpovědnosti, nazývané také podnikovým občanstvím, si mohou společnosti uvědomit, jaký dopad mají na všechny aspekty společnosti, včetně hospodářské, sociální a environmentální.

Zapojení do CSR znamená, že **při svém podnikání firma pracuje tak, aby přispívala společnosti a životnímu prostředí pozitivně**, ne negativně. [1]

CSR nemá žádnou normou danou mezinárodní definici, a tak si je často definují různé organizace ale i firmy pro sebe. Ačkoli neexistuje přesná definice, **má společenská odpovědnost několik základních charakteristik**, od kterých se odráží většina definic v akademickém i podnikatelském odvětví: [2]

- **Dobrovolnost** – CSR aktivity nejsou dány zákonem, i když v dnešní době už si firmy uvědomují její důležitost a dobrovolnost se stává až nutností.
- **Udržování externalit** – dopad na okolní svět často nebývá zahrnován v plánech firem a v nákladech na produkci, nicméně CSR aktivitami se dá takovým dopadům předcházet. Typickým příkladem je znečištění. Firma se o něj nemusí starat, ale pokud se stará, hledá lepší řešení s menším dopadem na společnost, bude to ku prospěchu.
- **Orientace na více zúčastněných stran** – u společenské odpovědnosti je důležité myslet na všechny strany, kterých se chování firmy dotýká (zaměstnanci, zákazníci, dodavatele, ...) a věnovat jim pozornost.
- **Soulad ekonomických a sociálních cílů** – při tvoření CSR aktivit je důležité stále myslet na ekonomický dopad firmy na společnost a být s ním v souladu. I když tedy má jít CSR do hloubky a být prospěšné, nemělo by zcela narušit výsledky firmy a ekonomický přínos, naopak mělo by mu prospět.

- **Přístup a hodnoty** – ačkoli je společenská odpovědnost o zvolení správného přístupu k ní, je také důležité celopodnikově nastavit hodnoty, kterými je třeba se řídit pro udržitelnost daného přístupu k CSR.
- **Nad rámec filantropie** – v mnoha zemích je CSR chápáno jako filantropie neboli dobročinnost v podobě dávání chudým něco lepšího, ale v komplexní podobě by mělo být CSR něco víc než to. Mělo by se projevit v celkovém přístupu firmy ke všemu, co dělá (marketing, finance, logistika, nábor lidí, ...).

Zjednodušeně **základní východisko společenské odpovědnosti firem tvoří pochopení a přijetí skutečnosti, že podnik je součástí společnosti, ve které vyvíjí své aktivity.** Odpovědné firmy se tak dobrovolně rozhodují dělat i to, co není přímo zákonem nařízeno. ^[3]

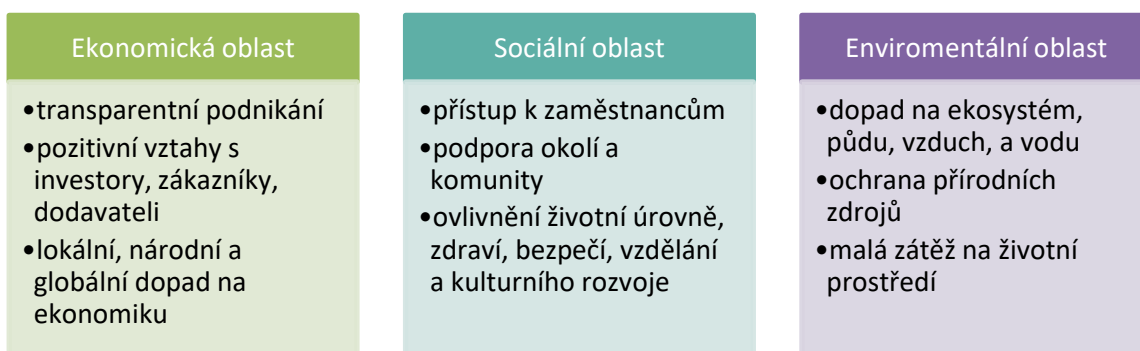
3.2 Dělení a přístupy k CSR

Podle Archie Carroll^[3] se dá společenská odpovědnost dělit do **čtyř kategorií odpovědnosti, a to ekonomické, legální, etické a filantropické** (viz tab. č. 1 níže).

<p>Ekonomická odpovědnost</p> <p>Podnik je základní ekonomickou jednotkou společnosti a produkuje zboží a služby, které zákazníci potřebují či chtějí, a přitom má vytvářet přiměřený zisk. Ten je jejich velkou motivací, proto se ostatní odpovědnosti odvíjí od této.</p>	<p>Legální odpovědnost</p> <p>Zisk není jediným úkolem. Od podniků se očekává jednání v souladu s právem, zákonem a regulacemi. Svou ekonomickou odpovědnost by tedy měla firma realizovat v mezích zákona.</p>
<p>Etická odpovědnost</p> <p>Tato odpovědnost zahrnuje aktivity a praktiky, které jsou považovány nebo zakázány společností, i když nejsou vymezeny zákonem. Jedná se o vše čestné.</p>	<p>Filantropická odpovědnost</p> <p>Filantropie vychází z očekávání, že podniky mohou být dobrými občany. Jedná se o aktivity, kdy firma podporuje např. sociální péči, umění, vzdělání či sport.</p>

Tabulka 1: Dělení společenské odpovědnosti ^[3]

Jiný přístup ^[45] říká, že aby se dalo CSR považovat za opravdový, životaschopný koncept, je nutné naplnění **ve třech oblastech – ekonomické, sociální a environmentální**. Tento přístup úzce souvisí s předchozím, protože zde opět hraje velkou roli zisk a na něj navázané chování ke společnosti a prostředí, které firma ovlivňuje.



Obrázek 1: Rozdělení CSR do tří základních oblastí (upraveno) ^[45]

Přehled těchto oblastí výše vyjmenovává nejdůležitější body daných oblastí, kterými by se firmy měly zabývat a stát se tak společensky odpovědnými.

Náplní společenské odpovědnosti každé firmy by měly být všechny tři oblasti, každá oblast však obsahuje mnoho činností, z kterých může podnik vybírat dle svého zaměření a dle požadavků stakeholderů.

Podlé této logiky můžeme alternativně rozdělit CSR na čtyři hlavní a často používané části, vzniklé rozdělením sociálního pilíře na dvě oblasti:

- trh (odpovídá ekonomické oblasti)
- pracovní prostředí (odpovídá části sociálního pilíře)
- místní komunita (odpovídá části sociálního pilíře)
- životní prostředí (odpovídá environmentální oblasti)

3.3 Zúčastněné strany

Důležitou roli v nastavení CSR hrají také již v charakteristice zmíněné zúčastněné/zainteresoované strany.

Zainteresoované strany – **stakeholderi** – jsou všechny osoby, instituce či organizace, které mají vliv na chod podniku nebo jsou jím ovlivněny. Patří sem investoři, zaměstnanci, zákazníci, obchodní partneři, zástupci státní správy, média, odbory, mezinárodní organizace a další.

Při uplatňování konceptu CSR jde o **proces budování důvěry různých zainteresoovaných stran ve fungování firmy**. Tuto důvěru si firma získává tím, že se soustavně snaží o pochopení očekávání svých stakeholderů.

Rozlišujeme tzv. primární a sekundární stakeholdery.

- **Primární stakeholderi:** vlastníci a investoři, zaměstnanci, zákazníci, obchodní partneři, místní komunita, environmentální neziskové organizace.
- **Sekundární stakeholderi:** veřejnost, vládní instituce a samosprávné orgány, lobbisté a různé nátlakové skupiny, konkurenti, média, občanská a obchodní sdružení.

Firma potřebuje vědět, kteří stakeholderi jsou pro ni nejdůležitější. Proto by si před zahájením CSR aktivit měla vytvořit tzv. analýzu zainteresoovaných stran, a tedy odpovědět si na následující otázky: ^[4]

- Kdo jsou vaši stakeholderi?
- Jaký mají vliv na vaši firmu?
- Co od vás očekávají? (viz tabulka č. 2.)
- Kteří z nich jsou opravdu klíčoví?

Stakeholderi	Očekávání od podniku
vlastníci a investoři	<ul style="list-style-type: none"> - zisk - růst hodnoty podniku - transparentnost
zákazníci	<ul style="list-style-type: none"> - kvalitní produkty a služby - přiměřené ceny - prodejní servis
obchodní partneři	<ul style="list-style-type: none"> - kvalita smluv a jednání - včasné plnění závazků
zaměstnanci	<ul style="list-style-type: none"> - přiměřená mzda a benefity - dobré pracovní podmínky - profesní růst a vzdělávání - soulad profesního a osobního života
místní komunita	<ul style="list-style-type: none"> - finanční/materiální podpora - know-how od firemních odborníků
environmentální neziskové organizace	<ul style="list-style-type: none"> - ekologická výroba, produkty a služby - minimální zátěž na životní prostředí

Tabulka 2: Stakeholderi a jejich očekávání (upraveno) ^[4]

3.4 Důvody zavedení CSR

„Společenská odpovědnost firem je dobrá v dobrých časech, ale ve špatných časech je něčím, co prostě mít musíte, abyste se s nimi vůbec mohli vyrovnat.“

- **Günter Verheugen**

bývalý místopředseda Evropské komise

Už víme, co CSR znamená, ale hlavní je stanovit, proč je vlastně důležitá a proč ji zavádět. Společenská odpovědnost je náročná na zavedení, ale má bezpochyby mnoho výhod. Mezi nejčastější patří podpora pověsti a značky, motivace zaměstnanců, posílení konkurenceschopnosti, řízení rizika, lákání nových investorů, růst inovace a podpora podnikání v dané komunitě.

V České republice v průběhu posledních deseti let proběhlo několik výzkumů (viz. 3.1.5.), ze kterých vyplývá, že z hlediska zavádění CSR existuje nejistota či rozpaky manažerů a vlastníků při zavádění CSR. Nejčastějším důvodem je fakt, že **manažerům chybí zkušenosti a společenská odpovědnost firem je bohužel zužována jen na charitu** nebo jinou formu dobročinné činnosti.

Zcela legitimní otázka manažerů, ať už vyřčená či nevyřčená, zní prostě: „**Co nám zavedení CSR přinese a co nás bude stát?**“. Odpověď je třeba hledat už v samotných důvodech zavedení CSR.

Přínosy shrnuje ^[3]:

- větší přitažlivost pro investory,
- větší průhlednost,
- větší důvěryhodnost,
- dlouhodobá udržitelnost firmy,
- zvýšená loajalita a produktivita zaměstnanců,
- budování reputace a z ní vyplývající pozice na trhu,
- konkurenční výhody, větší potenciál rozšíření značky spotřebitelem,
- snížení nákladů na risk management,
- budování politického kapitálu (zlepšování pozice pro současná i budoucí jednání),
- dialog a budování důvěry s okolím a z toho vyplývající vzájemné pochopení,
- snížené riziko bojkotů a stávek,
- přímé finanční úspory spojené s ekologickou praxí.

3.5 Společenská odpovědnost v ČR

V České republice **stát CSR výrazně nereguluje, ale udržuje ji v rovině dobrovolnosti**. Národním gestorem CSR je od roku 2013 **Ministerstvo průmyslu a obchodu** (dále MPO), jehož úkolem je vypracovávat strategický dokument **Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací** v České republice (NAP CSR). Ministerstvo průmyslu a obchodu je zároveň pověřeno řízením Rady kvality ČR a organizačním zajištěním její činnosti. MPO ČR je hlavním subjektem, který zajišťuje propagaci a koordinaci aktivit v oblasti CSR na národní úrovni. Strategie v oblasti CSR je součástí strategických záměrů Rady od roku 2006.

Pro efektivnější koordinaci aktivit v oblasti CSR byla Radou kvality ČR v roce 2008 ustavena odborná sekce Společenská odpovědnost organizací. V roce 2015 na základě usnesení Rady kvality ČR došlo k reorganizaci této sekce. S ohledem na aktuálnost problematiky udržitelného rozvoje se rozšířila její působnost a revitalizovala členská základna. V současné době nese odborná sekce název Společenská odpovědnost organizací a udržitelný rozvoj. Posláním sekce je podporovat a koordinovat koncept společenské odpovědnosti (CSR) a udržitelného rozvoje v ČR. Odbor podnikatelského prostředí a vnitřního obchodu MPO v rámci procesu tvorby strategického dokumentu NAP CSR připravil jeho základní teze (záměry, existující priority a možné aktivity) i následnou aktualizaci tohoto strategického dokumentu.

Vedle MPO se na rozvoji a propagaci CSR v ČR podílejí i nevládní organizace, např. **Asociace společenské odpovědnosti, Business Leaders Forum, Byznys pro společnost, Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj a Národní síť Global Compact Česká republika.** [5]

Problematikou CSR v České republice se již zabývalo i několik průzkumů, z posledních 3 let zde máme například tato zjištění:

3.5.1 MPO 2018 [6]

Veřejné on-line konzultace se zúčastnilo 52 % respondentů ze soukromého sektoru, 26 % respondentů z neziskového sektoru, zbývající respondenti byli ze státní správy a z místní samosprávy. **Z průzkumu vyplynulo, že se 80 % z daného vzorku subjektů zabývá CSR. Z toho se více než 2/3 subjektů zabývá CSR déle než 4 roky.** Respondenti vidí **největší přínos CSR především v sociální oblasti** (73 %), přínos v ekonomické oblasti vidí respondenti ve 32 %. Důležitou informací je fakt, že více než polovina respondentů zná Národní akční plán CSR. Průzkum ukázal, že hlavními informačními zdroji jsou internet, konference a školení. Tento vzorek však mohl být silně ovlivněn faktem, že respondenti byli zpravidla lidé, kteří se o CSR alespoň částečně zajímají, při rozšíření vzorku by nejspíš poměr subjektů zabývajících se CSR byl menší.

3.5.2 IPSOS 2017 [7]

Stále více Čechů se zajímá o aktivity firem z hlediska CSR – společenské odpovědnosti. **35 % populace si spontánně vybaví konkrétní společensky odpovědnou firmu,** v předešlém roce to bylo jenom 24 %.

Velké firmy by se měly hlavně chovat férově ke svým zaměstnancům a chránit životní prostředí, to jsou nejčastěji uváděná očekávání lidí od aktivit velkých firem na poli CSR. Zejména mladší lidé také logicky vítají aktivity, které se týkají vzdělávání.

3.5.3 IPSOS 2018 a 2019

V posledních třech letech zaznamenávají organizace, které pomáhají firmám vystavět CSR strategii, obrovský **nárůst podniků, jež se o tuto oblast zajímají.** Celou problematikou CSR se tedy IPSOS zabývá již o roku 2010 a věnují tomu část webu [8], kde je na vyžádání možné získat i detailní údaje z posledních dvou let.

Pro tuto práci byly tedy vyžádány závěry z průzkumů z let 2018 a 2019 a jejich poznatky byly zpracovány na následující straně v podobě tabulky a grafů a příslušných komentářů.

Metodologie studie

Dotazování proběhlo metodou on line tzv. metodou CASI (obecná populace) a CAWI. Průměrná délka dotazníku byla 40 minut a sběr dat probíhal v prosinci 2018 a 2019.

Cílové skupiny

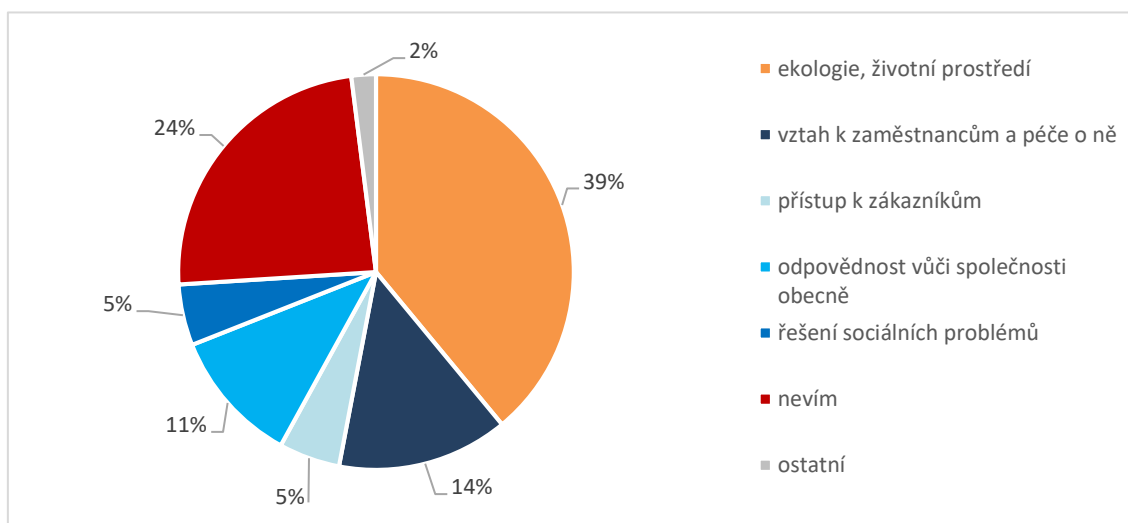
- **Populace ČR N=1050**, reprezentativní vzorek 18 až 65 let podle pohlaví, věku, místa bydliště, vzdělání a příjmu
- **Expertů N=40** (neziskové organizace, ovlivňovatelé, představitelé svazů, asociací, institucí, media, CSR, komunikační a PR agentury)

V rámci potvrzení důležitosti CSR v České republice a vyzdvižení nejdůležitějších otázek z výzkumu byla zpracována tabulka č.3.

Otázka	Kladné odpovědi	
	2018	2019
Je společenská odpovědnost důležitější než dříve? (expertů)	86 %	90 %
Jste společensky odpovědní? (obecná populace)	86 %	90 %
Jste ohleduplní k životnímu prostředí? (obecná populace)	60 %	68 %

Tabulka 3: Porovnání vybraných otázek z průzkumu Ipsos z let 2018 a 2019 [8]

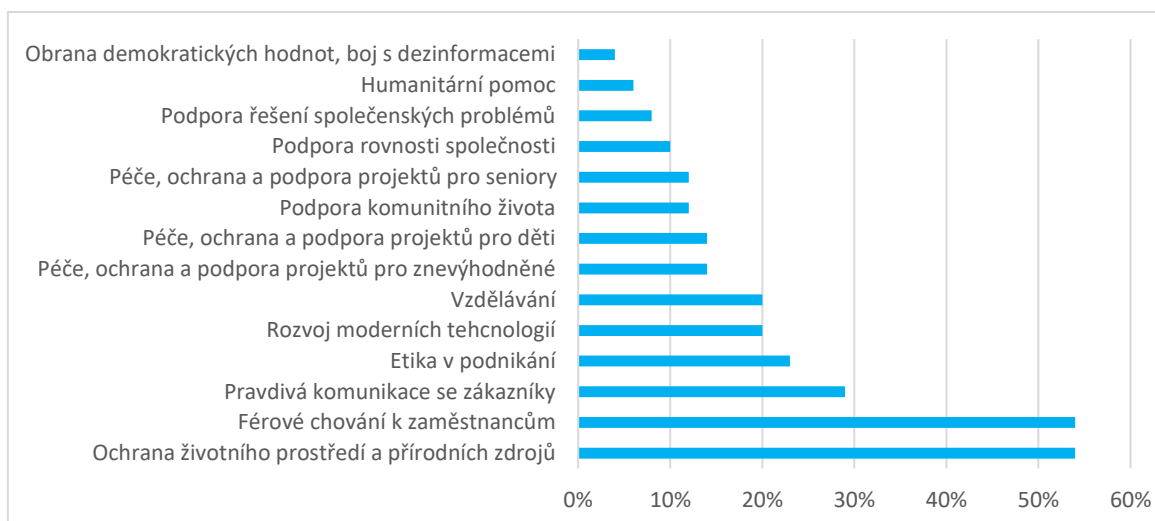
Odpovědi expertů i obecné populace v porovnání s předchozím rokem podtrhuje důležitost výzkumu i CSR jako takové. 90 % lidí z vybraného vzorku se v současné době považuje za společensky odpovědné, a to především v oblasti životního prostředí, kde jako nejčastější aktivitu dotazovaní uváděli třídění odpadu.



Obrázek 2: Co si populace představuje pod pojmem CSR firem - 2019 (upraveno) [8]

Jak je patrné na obrázku č. 2. nejprve se respondentů v podobě obecné populace ptali, co si představují pod pojmem společenská odpovědnost firmy. **Téměř jedna třetina populace si nevybavila nic a největší část (39 %) si vybavila ekologii a životní prostředí.**

Na první otázku navazovala i jedna z dalších důležitých otázek pro tuto práci. Ptali se respondentů, čím by se měly **v rámci CSR firmy zabývat** a **54 % lidí je přesvědčeno že životním prostředím a přístupem k zaměstnancům.**



Obrázek 3: Graf odpovědí na otázku zaměření firem v CSR - 2019 (upraveno) [8]

V poslední studii z roku 2019 se objevilo i několik dalších faktů, které nejsou pro tuto práci klíčové, avšak jsou důležitým podtrhnutím faktu důležitosti CSR.

Nejen že velká část populace vnímá CSR jako důležitou součást firemní politiky, ale **49 % opravdu uvažuje při všech nákupech o tom, zda se firma, která výrobek vyrábí chová odpovědně**, a to především k životnímu prostředí.

Navíc **70 % populace je ochotno připlatit si** za výrobek, který je šetrný k životnímu prostředí ať už svým obalovým materiálem nebo sám o sobě.

Poslední ale neméně důležitou je reakce na chování firem. Populace byla tázána, zda si **vybaví nějakou CSR aktivitu jakékoli firmy**, načež 82 % si žádnou nevybavilo, ale ti, kteří si něco vybavili nejčastěji zmiňovali firmy **ŠKODA AUTO** a **ČEZ**.

3.6 Mezinárodní nástroje a standardy CSR ^[5]

3.6.1 „AA 1000 Accountability/Assurance Standard

AA 1000 je obecně aplikovatelná řada norem z roku 2008 pro všechny typy organizací (privátní i vládní), jejímž cílem je prověření důvěryhodnosti organizací – zásady, pravidla dialogu se zainteresovanými stranami a požadavky na systém managementu společenské odpovědnosti včetně kvality Zpráv o CSR (reportu) v oblasti ekonomické, environmentální, sociální i etické odpovědnosti. Vlastníkem normy je nezisková organizace Account Ability se sídlem v Anglii, jejímž cílem je podpora férového podnikání.

3.6.2 Global Reporting Initiative

Global Reporting Initiative je organizace, která vytvořila soustavu ukazatelů vhodných k implementaci a porovnatelnému měření a hodnocení společenské odpovědnosti organizací. Základním kamenem soustavy jsou metodiky pro zveřejňování udržitelnosti (Sustainability Reporting Guidelines). Zprávy prokazují angažovanost organizací v oblasti udržitelného rozvoje ve stanovených oblastech. Základní předpoklady pro využití metodiky GRI v praxi:

- CSR je součástí systému řízení organizace.
- CSR je budována ve třech sloupech – ekonomickém, environmentálním a sociálním.

3.6.3 ISO 26000

Norma ISO 26000 – Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti předkládá komplexní charakteristiku celého konceptu systému managementu společenské odpovědnosti. Zahrnuje všeobecně uznávané principy CSR, možné oblasti pro volbu aktivit, jejich implementaci a hodnocení. Lze ji považovat za „kuchařku“ pro ty, kteří neznají nebo tápou, jak principy společenské odpovědnosti aplikovat. Tato norma neslouží k hodnocení úrovně CSR, není ani určená k certifikaci, znamená však soubor informací a doporučení k aplikaci CSR ve firmě.

3.6.4 SA8000 Standard

SA 8000 je certifikační normou, která stanovuje požadavky v oblasti dětské práce, nucené práce, BOZP, diskriminace, pracovní doby, práva na shromažďování a odměňování. Stanoví ovšem i základní požadavky na systém managementu. Tvůrcem normy je nezisková nevládní organizace Social Accountability International (SAI) v USA. V ČR je podle této normy certifikováno několik podniků. Dle názoru Rady kvality ČR ale norma obsahuje většinu požadavků, které jsou v českých podmínkách dlouhodobě bez problémů naplňovány (dětská práce, nucená práce apod.).

3.6.5 Směrnice OECD pro nadnárodní podniky

OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) vydala v roce 2000 poslední verzi svých Směrnic, které obsahují řadu doporučení formulovaných vládami, týkající se odpovědného chování nadnárodních korporací. Mezi doporučovaná témata patří zejména politika organizace, řízení organizace, transparentnost a otevřenost, zaměstnanecké vztahy, životní prostředí, boj proti korupci, výsledky hospodaření organizace, řízení rizik, korektní konkurenční boj.

3.6.6 Tripartitní deklarace zásad o nadnárodních podnicích a sociální politice

Mezinárodní organizace práce vypracovala dokument Tripartitní deklarace zásad o nadnárodních podnicích a sociální politice (Deklarace MNE), jenž představuje určitý návod pro podniky, které chtějí nad rámec svých zákonných povinností dodržovat zásady zakotvené v mezinárodních pracovních standardech. Zároveň je to cenný nástroj pro odbory, které ho mohou využívat ve svém úsilí za zachování a zlepšování situace pracovníků. Cílem Deklarace MNE je „podpořit pozitivní přínos, kterým mohou nadnárodní podniky přispět k ekonomickému a sociálnímu pokroku, a minimalizovat a vyřešit problémy, které mohou vyvolávat jejich činnosti, s přihlédnutím k rezolucím OSN obhajujícím nastolení nového mezinárodního ekonomického pořádku.

3.6.7 UN Global Compact

UN Global Compact je mezinárodní síť firem a organizací, které se rozhodly sjednotit své poslání i každodenní činnosti s deseti obecně přijímanými principy společenské odpovědnosti v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a korupce. UN Global Compact koordinuje společensky odpovědné aktivity jednotlivých společností prostřednictvím národních sítí, které se v současné době nachází v 85 zemích světa.

Národní síť Global Compact Česká republika byla ustanovena v dubnu 2015 a šíří základní principy této mezinárodní iniciativy v českém prostředí.

3.6.8 UN Guiding Principles on Business and Human Rights

Řídící principy OSN pro byznys a lidská práva (UN Guiding Principles on Business and Human Rights) představují komplexní rámec principů z oblasti lidských práv, které by měly státy i podniky následovat. Cílem těchto principů je předejít a zamezit nepříznivým dopadům obchodních činností na lidská práva. Principy lze rozdělit do tří základních pilířů:

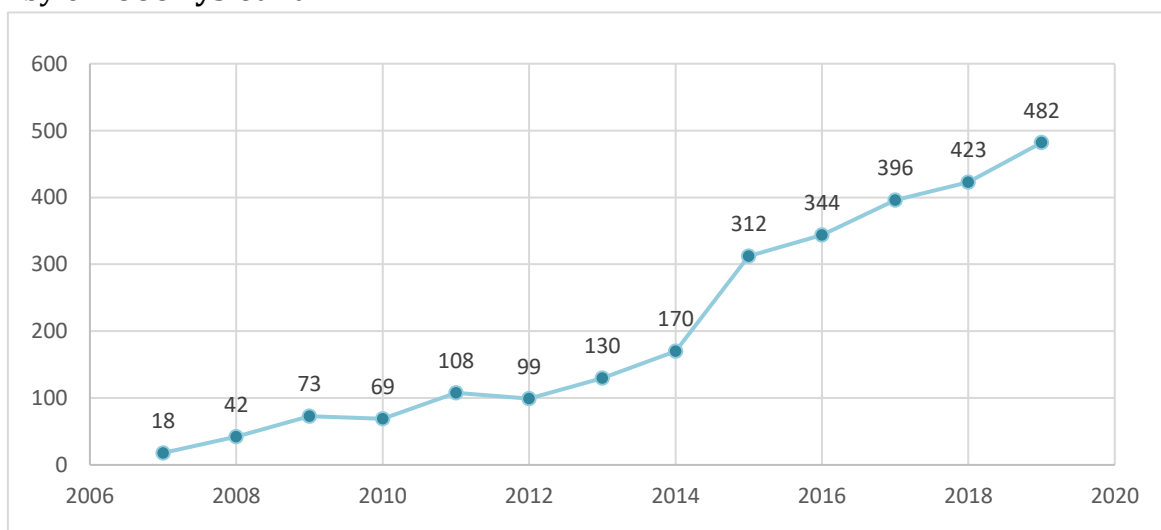
- odpovědnost státu chránit lidská práva,
- odpovědnost podniků respektovat lidská práva,
- nárok na odškodnění za porušení lidských práv oběma aktéry.“

3.7 Analýza publikací

V této části se práce zaměří na potvrzení zvyšování důležitosti CSR, a to analýzou publikací napsaných na toto téma spojených s reportingem.

3.7.1 Web of Science

V rámci průzkumu současné situace a povědomí o CSR byl proveden **průzkum databáze Web of Science** [13]. Vyhledávání proběhlo v rámci databáze „Web of Science Core Collection“ a byly zde zadány dva základní parametry pro výsledky spojené s tématy „**Corporate social responsibility**“ nebo „**corporate responsibility**“ a **současně s tématem „reporting“**. Hledali jsme tedy publikace, ve kterých se spojí témata probíraná v této práci, a to CSR a vykazování informací. Z počátku bylo vygenerováno 2 805 výsledků za všechny roky (1945 – 2020). Tento výsledek bylo ale potřeba upravit, jelikož podstatná je informace, zda se o těchto tématech v kombinaci píše více s postupem času. Proto byl odfiltrován rok 2020 s 75 publikacemi, který ještě není u konce, a tak je nerelevantní a taky vše od roku 1978, kdy byl napsán pouze jeden článek, až po rok 2006, kdy jich bylo napsáno dvanáct. Zbylo nám tedy období **od roku 2007 do roku 2019**. Do té doby bylo napsáno o těchto tématech dohromady pouze 64 publikací a k 27.3.2020 nám tedy zbylo **2 666 výsledků**.

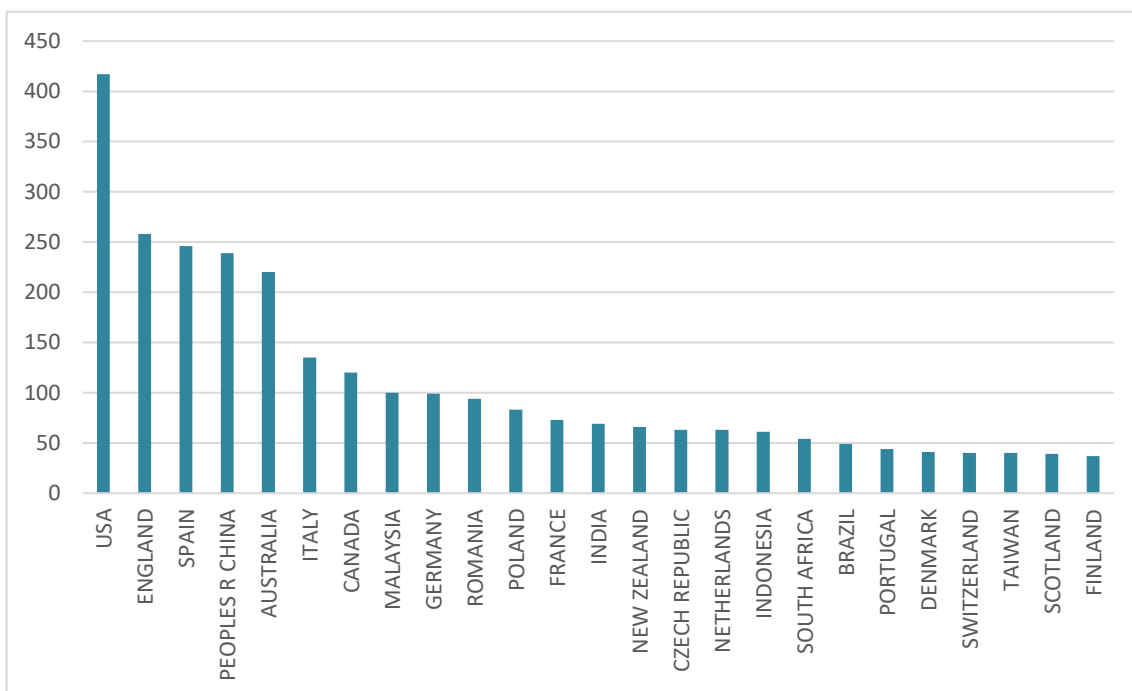


Obrázek 4: Graf výsledků vyhledávání podle roku vydání – upraveno [13]

Na grafu (obrázek č. 4) je patrný očekávaný trend rostoucího zájmu o CSR a témata s tím spojená. Zatímco do roku 2007 se o hledaných tématech napsalo pouze 64 publikací, již v roce 2009 tuto sumu celkový počet přesáhl.

O deset let později, v roce 2019 už bylo na toto téma napsáno dokonce 482 prací, které byly zahrnuty do databáze Web of Science. CSR jinými slovy začíná být více a více důležitá a podepisuje se to i v odborné, vědecké sféře.

Dalším sledovaným jevem bylo, jaké země se danou problematikou zabývají nejvíce.

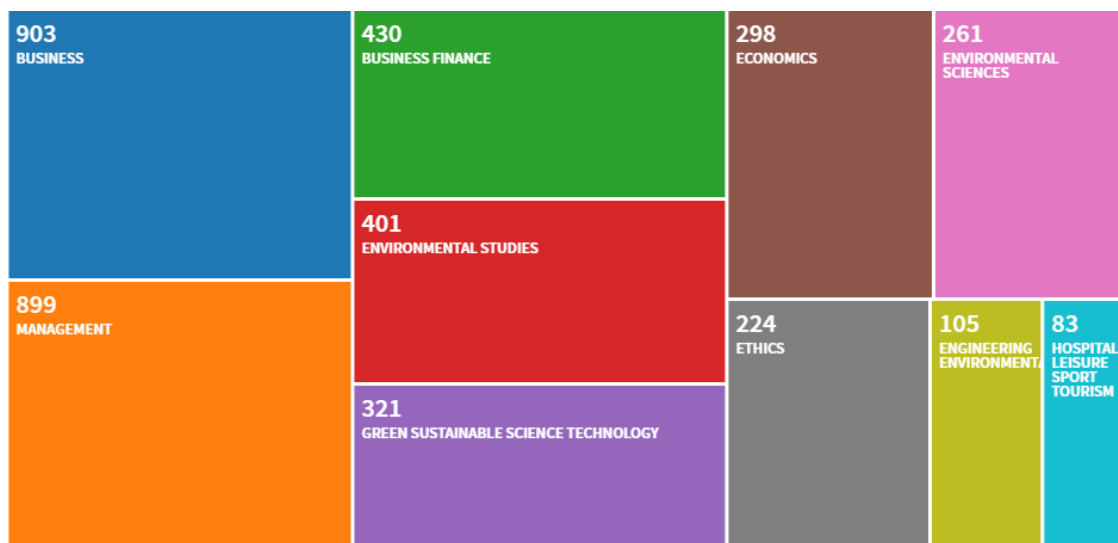


Obrázek 5: Graf záznamů podle zemí původu – TOP 25 (vlastní zpracování) [13]

Nejvíce výsledků připadlo USA, kde je všeobecně známo CSR důležitou problematikou. Nicméně v porovnání velikosti Spojených států s celou Evropou je na tom Evropa se zkoumáním této problematiky podstatně lépe.

Česká republika se překvapivě umístila již na 15. místě a předčila tak mnoho vyspělých a významných zemí, což může být důkaz toho, že je CSR pro ČR důležitá, a že se v tomto ohledu inspiruje u jiných států. Také je to další důvod proč se více zabývat důležitostí této problematiky a jejím uchopením naší zemi.

Poslední analýzou nad výsledky se stalo rozložení výsledků podle kategorií, do které spadají. **S nejvíce výsledky se objevily zaměření „business“ a „management“.**



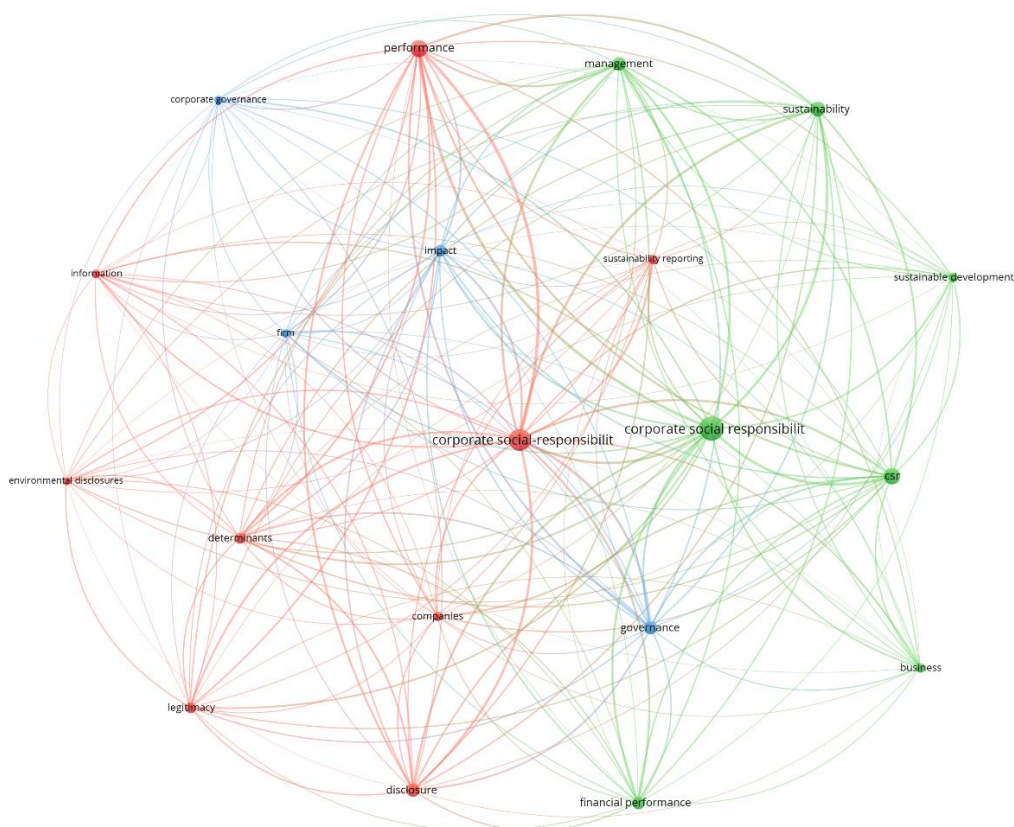
Obrázek 6: Vyhledané výrazy podle zaměření ^[13]

Články byly pro zajímavost také seřazeny podle četnosti citování. S přehledem **nejvíce citací** (719 citací) měl článek ^[42] zabývající se **zaváděním reportování o CSR aktivitách jako podporou finančních výsledků**. I když toto není tématem práce, jedná se o zajímavý a velmi oblíbený podnět a pro firmy v současné době je zajímavé zavádění CSR jako takového nejen pro zlepšení jména, ale může to mít i pozitivní dopad na jejich výnosy. Podobnou problematikou se zabývá i druhý nejvíce citovaný článek ^[43], který se zabývá otázkou, **jestli výnosy jsou ovlivněny právě CSR a zda firmy zabývající se CSR dávají stejný důraz na reportování své finanční situace**. Tato studie například přichází s výsledkem, že takové firmy opravdu mají větší tendenci být celkově **více zodpovědné a otevřené** ohledně všech svých aktivit a respektují lépe zákon, audit i reporting a chod firmy.

Poslední zajímavostí z této části průzkumu je autor, který se tématem zabývá nejvíce, a to je **Gaucia-Sanchez IM**, která napsala na toto téma společně s různými kolegy **25 příspěvků** do databáze Web of Science. Až na čtyři články jsou její díla i ve velké míře citovaná, nejlepších pět má přes sto citací. Autorka **pochází ze Španělska**, což je také **třetí země, ve které se o CSR píše nejvíce**. Nejčastěji se ve svých pracích zabývá rolí managementu v zavádění CSR ^[44] nebo také postavení státu a zákonů k CSR a reportování o něm.

3.7.2 VosViewer – klíčová slova

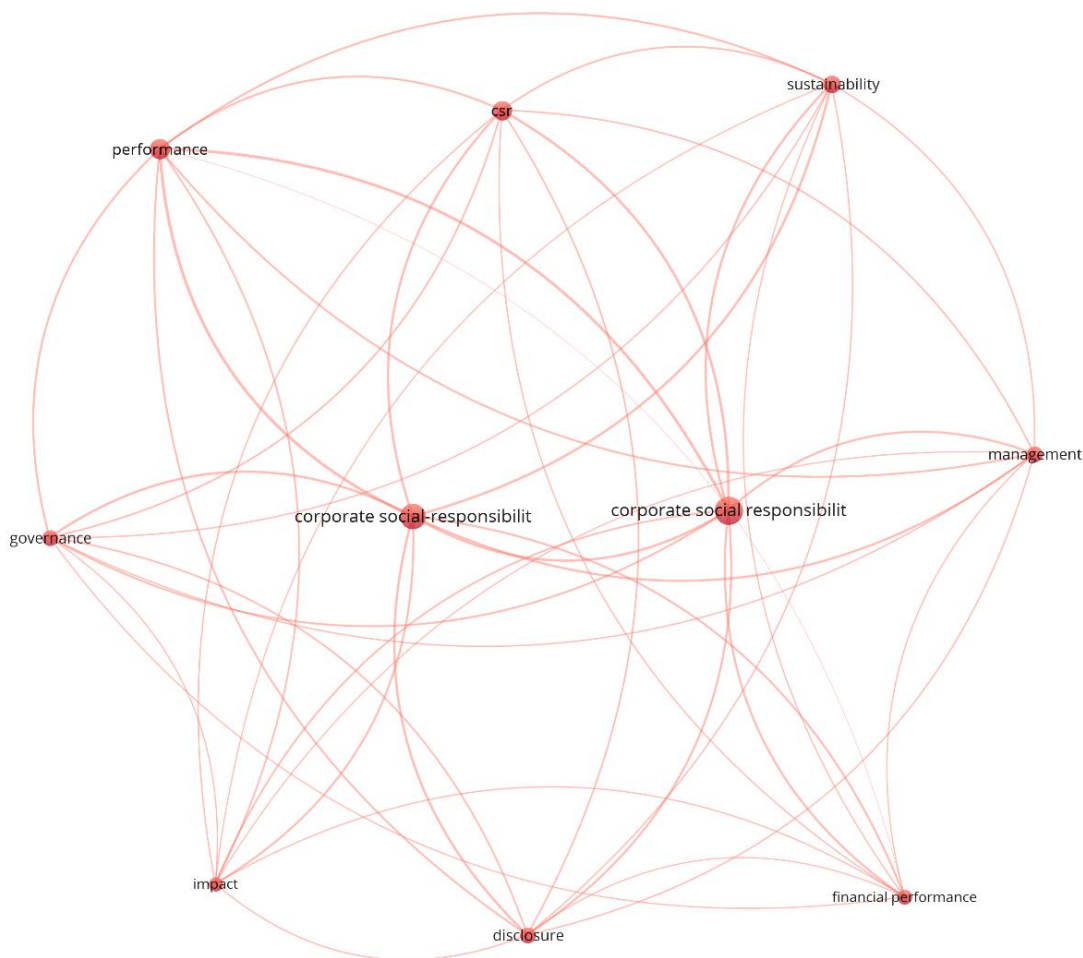
Výsledky vyhledávání za pomoci Web of Science byly dále zpracovány a nad všemi byla provedena analýza klíčových slov, které se v pracích nejvíce objevují a všechny je spojují. Po vygenerování všech výsledků z výše zmíněného zdroje bylo vše převedeno do aplikace **VosViewer**, která je schopna v takto získaných výstupech hledat různé spojitosti. Pro účely této práce byla vyhledána klíčová slova.



Obrázek 7: Analýza klíčových slov za pomoci aplikace VosViewer (TOP 20)

Při zpracování dat z Web of Science byla vybrána metoda celkového počtu klíčových slov v práci s minimálním počtem použití pětkrát. Takovému filtrování odpovídá z vybraného vzorku 685 klíčových slov. Pro větší přehlednost z nich bylo vybráno dvacet nejvíce použitých. Je zde v podstatě třikrát stejný výraz „**csr**“, „**corporate social responsibility**“ a „**corporate social-responsibility**“. Dohromady se tyto výrazy objevily **2 431x** ve zmíněném vzorku. Třetím nejpopulárnějším klíčovým slovem je „**performance**“ s 569 použitými. Toto slovo představuje výkon společnosti. Můžeme z toho tedy vyvodit, že autoři často spojují CSR aktivity s výkonem

společnosti. Z některých nejvíce citovaných článků je patrné, že je to myšleno v kladném slova smyslu, že tedy zavádění CSR smysl má. Další populární slova pak můžeme vidět v následujícím grafu TOP 10 klíčových slov. Zde je už z jedné barvy patrné, že na rozdíl od předchozího grafu, kde klíčová slova nebyla použita všechna najednou, tak v tuto chvíli máme deset slov, která byla vždy použita v návaznosti společně.



Obrázek 8: Analýza klíčových slov za pomoci aplikace VosViewer (TOP 10)

Mezi těchto deset nejpopulárnějších slov patří dále:

- „Governance“ = vedení, řízení – myšleno jako vedení firmy, které rozhoduje a zavádí případná CSR řešení, a proto je jejich role v tomto oboru důležitá.
- „Disclosure“ = prozrazení, zveřejnění – v tomto případě se jedná o druh informací, které by měla firma se CSR zveřejňovat a jak to může těmto aktivitám pomoci.

- „Sustainability“ = *udržitelnost* – je důvod proč by především měly firmy CSR opatření zavádět, protože společným cílem celého světa je udržitelnost.
- „Management“ – toto slovo není třeba překládat a navazuje na časté použití slova „governance“.
- „Determinants“ = *klíčový faktor, činitel* – určuje faktory které mohou ovlivnit zavedení CSR, ale také faktory, které mu mohou bránit
- „Impact“ = *dopad, vliv* – je důležitý faktor při zavádění CSR a firmy s velkým vlivem by si měly být vědomy dopadu své činnosti například na životní prostředí nebo své zaměstnance a chovat se proto odpovědně.

Všechny tyto výrazy byly uvedeny v přes více než 200 pracích více než pětkrát, z toho je možné vyvodit závěr, že většina prací se zabývá problematikou dopadu zavedení CSR ve firmě na výsledky, management a jak to následně prezentovat.

V této práci však byly vybrány firmy, které jsou nejvíce výkonné v České republice, a tak nezkoumáme jaký dopad má zavedení CSR na výkon firmy, ale spíše proč by se tím firmy měly zabývat obecně a jestli tomu tak je i reálně. Nicméně tím se také zabývá mnoho článků a dopad, který byl v klíčových slovech, můžeme brát i jako dopad firmy v případě, že se chová či nechová odpovědně. Další slova z TOP 20, která souvisí s tímto případem jsou i **„udržitelnost“**, **„udržitelný rozvoj“** a **„informovanost“**. To vše jsou totiž rozhodně nemalé **důvody zavést CSR aktivity, a to především pro velké firmy**, které musí jít s dobou a udržet si dobré jméno, a tak i své zaměstnance.

4 Audit a vykazování informací

4.1 Audit

Audit **přezkoumává informace, data a činnosti s cílem ověřit jejich spolehlivost a platnost**. Audit musí vždy provádět **kvalifikovaná a nezávislá osoba**. Tato osoba se nazývá auditor. Auditor **vystaví auditorskou zprávu jako výsledek auditu**.

Auditor je interní nebo externí, dle povahy a druhu auditu. Interní audit provádí interní auditor, který patří do organizační struktury organizace. Externí audit, provádí subjekt jako auditor, auditorská firma atd. Audity se provádí buď ročně, nebo průběžně a z hlediska hloubky a šíře záběru existují audity komplexní nebo selektivní.

Kromě interního a externího auditu, existují i jiné druhy jako např.: ^[9]

- Forenzní audit
- **Finanční audit**
- Statutární audit
- Procesní audit prověřuje procesy v organizaci
- Strategický audit

Nejvíce formální a **nejznámější je finanční audit**, který prověřuje správnost finančních výkazů organizace. Ten je využívám i z mezinárodního hlediska. Vychází jednak ze zákonů příslušného státu, ale také z mezinárodních standardů, např. IAS/IFRS. Tyto audity jsou prováděny certifikovaným auditorem nebo jej provádí certifikovaná auditorská společnost.

V praxi se audit využívá k zjištění stavu nezávislou a kvalifikovanou osobou. Důležité je znát účel auditu a komu je určen. Např. **výsledky externího auditu jsou určeny zejména akcionářům, investorům, státním orgánům a zájmovým skupinám**. V některých případech audit nařizuje i zákon ^[10] (viz podkapitola 3.2.1).

Výsledek auditora je velmi důležitý důkaz fungování firmy a může ovlivnit zaměstnance, odběratele, dodavatele, akcionáře apod. Proto se tato práce ptá, zda i na něj má CSR vliv a případně jaký.

4.2 Právní úprava Auditů

Právní legislativa kategorizace účetních jednotek

Zákon o účetnictví § 1b definuje kategorie účetních jednotek, které jsou podkladem pro určení, které jednotky sestavují výroční zprávu a podléhají auditu.

§ 1b

(1) Mikro účetní jednotkou je ta, která k rozvahovému dni nepřekračuje alespoň 2 z uvedených hraničních hodnot

- a) aktiva celkem 9 000 000 Kč,
- b) roční úhrn čistého obratu 18 000 000 Kč,
- c) průměrný počet zaměstnanců v průběhu účetního období 10.

(2) Malou účetní jednotkou je ta, která není mikro účetní jednotkou a k rozvahovému dni nepřekračuje alespoň 2 z uvedených hraničních hodnot

- a) aktiva celkem 100 000 000 Kč,
- b) roční úhrn čistého obratu 200 000 000 Kč,
- c) průměrný počet zaměstnanců v průběhu účetního období 50.

(3) Střední účetní jednotkou je ta, která není mikro účetní jednotkou ani malou účetní jednotkou a k rozvahovému dni nepřekračuje alespoň 2 z uvedených hraničních hodnot

- a) aktiva celkem 500 000 000 Kč,**
- b) roční úhrn čistého obratu 1 000 000 000 Kč,**
- c) průměrný počet zaměstnanců v průběhu účetního období 250.**

(4) Velkou účetní jednotkou je ta, která k rozvahovému dni překračuje alespoň 2 hraniční hodnoty uvedené v odstavci 3.

(5) Za velkou účetní jednotku se vždy považuje

- a) subjekt veřejného zájmu,**
- b) vybraná účetní jednotka.**

§ 20

Ověřování účetní závěrky auditorem

(1) Řádnou nebo mimořádnou účetní závěrku jsou povinny mít ověřenou auditorem, kterého účetní jednotka určí způsobem stanoveným v zákoně upravujícím činnost auditorů, účetní jednotky, kterým tuto povinnost stanoví zvláštní právní předpis, a dále

a) **velké účetní jednotky** s výjimkou vybraných účetních jednotek, které nejsou subjekty veřejného zájmu,

b) **střední účetní jednotky,**

c) **malé účetní jednotky, pokud** jsou akciovými společnostmi nebo svěřenskými fondy podle občanského zákoníku a k rozvahovému dni účetního období, za nějž se účetní závěrka ověřuje, a účetního období bezprostředně předcházejícího, překročily nebo již dosáhly alespoň jednu z uvedených hodnot

1. aktiva celkem 40 000 000 Kč,

2. roční úhrn čistého obratu 80 000 000 Kč,

3. průměrný počet zaměstnanců v průběhu účetního období 50,

d) ostatní malé účetní jednotky, pokud k rozvahovému dni účetního období, za nějž se účetní závěrka ověřuje, a účetního období bezprostředně předcházejícího, překročily nebo již dosáhly alespoň 2 hodnoty uvedené v písmeni c) bodech 1 až 3.

(2) Účetní jednotky uvedené v odstavci 1 nejsou povinny mít auditorem ověřenou účetní závěrku

a) sestavenou v průběhu konkursu, a to po dobu nepřetržitě po sobě jdoucích 36 kalendářních měsíců, počínaje prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po dni, kterým nastaly účinky prohlášení konkursu, pokud o jejím ověření auditorem nerozhodne věřitelský výbor,

b) sestavenou ke dni předcházejícímu dni, kterým nastanou účinky schválení reorganizačního plánu, pokud o jejím ověření auditorem nerozhodne věřitelský výbor,

c) pokud došlo ke zrušení konkursu z důvodu, že majetek dlužníka je pro uspokojení věřitelů zcela nepostačující.

4.3 Vykazování informací

Vykazování informací úzce souvisí s auditem a také s CSR. Některé výkazy jsou povinné ze zákona, ale firma může vykazovat i jiné dokumenty, které navíc obsahují zprávu o CSR a jiných aktivitách. Může se ale taky stát, že firma naopak vykazuje podklady, které zkreslují realitu zákonem povinných dokumentů, které běžného člověka nezajímají. Na této oblasti se tedy z velké části podepisuje marketingové, ne finanční oddělení.

Zákonem ^[10] je tedy dáno, že některé firmy musí předkládat účetní závěrku, která obsahuje rozvahu, výkaz zisků a ztrát a případné doplňující dokumenty, ale také **výroční zprávu, kterou často nevykazují, nebo ne v dostatečné míře.**

„Ministerstvo spravedlnosti připravilo novelu zákona o obchodních korporacích, která má firmy přimět k tomu, aby vkládaly do obchodního rejstříku zákonem předepsané dokumenty, mezi něž patří zejména účetní závěrka nebo výroční zpráva. Zákon o veřejných rejstřících jim to sice nařizuje už roky, jenže řada podniků tuto povinnost ignoruje.

Neutěšený stav sbírky listin obchodního rejstříku v poslední době připomněla například kauza státem ovládané společnosti ČEPRO. Firma Lancelin, která po ČEPRO vymáhá bezmála třímiliardovou pohledávku, neměla až do konce února založené ve sbírce účetní závěrky za poslední čtyři roky. Na absenci dokumentů upozornila advokátní kancelář Císař, Češka, Smutný, která před soudem zastupuje ČEPRO a chtěla v dokumentech hledat důkazy, že Lancelin je jen loutková a účelově založená společnost. O to, aby rejstříkový soud přiměl Lancelin splnit to, co zákon ukládá, musela advokátní kancelář žádat opakovaně, než se podařilo zjednat nápravu.“ ^[11]

4.4 Sestavování a zveřejnění výroční zprávy

Zákon o účetnictví v § 21 stanovuje podstatu a podmínky sestavování výroční zprávy:

(1) Účetní jednotky, které mají povinnost mít účetní závěrku ověřenou auditorem, jsou povinny vyhotovit výroční zprávu, jejímž účelem je uceleně, vyváženě a komplexně informovat o vývoji jejich výkonnosti, činnosti a stávajícím hospodářském postavení. Výroční zpráva se nevyhotovuje v případech uvedených v § 20 odst. 2.

(2) Výroční zpráva musí kromě informací nezbytných pro naplnění účelu výroční zprávy dále obsahovat nejméně finanční a nefinanční informace

a) o skutečnostech, které nastaly až po rozvahovém dni a jsou významné pro naplnění účelu výroční zprávy podle odstavce 1,

b) o předpokládaném vývoji činnosti účetní jednotky,

c) o aktivitách v oblasti výzkumu a vývoje,

d) o nabytí vlastních akcií nebo vlastních podílů,

e) o aktivitách v oblasti ochrany životního prostředí a pracovněprávních vztazích,

f) o tom, zda účetní jednotka má pobočku nebo jinou část obchodního závodu v zahraničí,

g) požadované podle zvláštních právních předpisů.

(3) Střední účetní jednotky, malé účetní jednotky a mikro účetní jednotky neuvádějí ve výroční zprávě nefinanční informace podle odstavce 2 písm. a) až f).

(4) Má-li to význam pro posouzení majetku a jiných aktiv, závazků a jiných pasiv, finanční situace a výsledku hospodaření účetní jednotky, musí účetní jednotka, která používá investiční nástroje, případně další obdobná aktiva a pasiva, uvést ve výroční zprávě také informace o

a) cílech a metodách řízení rizik dané účetní jednotky, včetně její politiky pro zajištění všech hlavních typů plánovaných transakcí, u kterých se použijí zajišťovací deriváty, a

b) cenových, úvěrových a likvidních rizicích a rizicích souvisejících s tokem hotovosti, kterým je účetní jednotka vystavena.

(5) Výroční zpráva obsahuje též účetní závěrku podle § 18, 19a, 22 a 23a a zprávu auditora, případně další dokumenty a údaje podle zvláštního právního předpisu.

(6) Účetní jednotky, kterým povinnost mít účetní závěrku ověřenou auditorem stanoví zvláštní právní předpis, vyhotovují výroční zprávu nebo obdobný dokument, pokud jim tuto povinnost stanoví zvláštní právní předpis.

(7) Pro ověřování výroční zprávy auditorem platí ustanovení § 20 obdobně; předmět ověření je stanoven zákonem upravujícím činnost auditorů.

(8) Součástí výroční zprávy nebo obdobného dokumentu podle zvláštních právních předpisů u účetních jednotek uvedených v § 1f, které se zapisují do veřejného rejstříku, je i přehled o majetku a závazcích.

5 Průzkum vybraných společností

Pro zkoumání společenské odpovědnosti a přístupu k vykazování informací, bylo vybráno **20 největších firem v České republice** podle nejaktuálnějšího žebříčku czechtop100.cz z roku 2018 ^[12] (viz tabulka č. 4 níže), který hodnotí firmy podle velikosti **na základě jejich tržeb** v průběhu roku. Tyto firmy mají díky objemu svých tržeb obrovský vliv nejen na ekonomiku České republiky, ale také na mnoho jiných trendů, třeba právě v CSR. Současně většina z těchto firem má díky povaze svého podnikání nemalý dopad mimo jiné i na životní prostředí, a tak je nutné, aby tento dopad kompenzovali. Při porovnání umístění v minulých letech je patrné, že tyto firmy mají povětšinou dlouhodobý vliv na naši ekonomiku, což ještě více podporuje to, že by měly jít příkladem ve zkoumaných oblastech.

2018	Název firmy	Tržby (2018)	2017	2016	2015
1	ŠKODA AUTO a.s.	407 mil. Kč	1	1	1
2	ČEZ, a.s.	202 mil. Kč	2	2	2
3	AGROFERT, a.s.	155 mil. Kč	3	3	3
4	Energetický a průmyslový holding, a.s.	153 mil. Kč	4	6	7
5	UNIPETROL, a.s.	119 mil. Kč	6	7	5
6	FOXCONN CZ s.r.o.	104 mil. Kč	5	5	6
7	MORAVIA STEEL a.s.	57 mil. Kč	-	-	9
8	BOSCH Group ČR	52 mil. Kč	9	8	12
9	ČEPRO, a.s.	48 mil. Kč	10	-	8
10	MOL Česká republika, s.r.o.	46 mil. Kč	13	-	-
11	innogy Česká republika a.s.	43 mil. Kč	11	4	4
12	O2 Czech Republic a.s.	38 mil. Kč	16	11	11
13	GECO, a.s.	34 mil. Kč	15	15	23
14	Metrostav a.s.	31 mil. Kč	18	13	20
15	VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.	30 mil. Kč	19	17	2234
16	Porsche Česká republika s.r.o.	29 mil. Kč	17	18	33
17	MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	29 mil. Kč	-	16	21
18	T-Mobile Czech Republic a.s.	27 mil. Kč	20	20	28
19	České dráhy, a.s.	24 mil. Kč	14	10	17
20	ARMEX GROUP s.r.o.	24 mil. Kč	-	22	39

Tabulka 4: Žebříček nejvýznamnějších firem v ČR podle czechtop100.cz ^[12]

Z výše zmíněných důvodů budou tyto firmy v následující kapitole více analyzovány. Podíváme se na to, **jaký dopad má jejich podnikání na jejich okolí a jak se k tomu staví**, zda splňují všechny státem stanovené nároky na vykazování či ne a zda dělají i něco mimo své povinnosti.

5.1 ŠKODA AUTO a.s.

ŠKODA AUTO a.s. je **největší výrobce automobilů v České republice**. Sídlo společnosti je v Mladé Boleslavi, kde je i největší výrobní závod, v rámci ČR má dva další výrobní závody v Kvasinách a ve Vrchlabí. Od roku 1991 je součástí koncernu Volkswagen a k roku 2018 měla 33 696 zaměstnanců.

Vykazované informace

Tato firma věrně a poctivě dokumentuje a zveřejňuje veškeré zákonem nařízené podklady v obchodním rejstříku ^[14] včetně konsolidované výroční zprávy (i v překladu do češtiny) a jejich příloh. Obě tyto zprávy jsou navíc graficky upraveny a převedeny do čtenáři srozumitelné formy a obsahují i informace, které nejsou povinné jako popis řízení celé firmy i v odděleních jako jsou HR, marketing a **popisuje i svůj přístup k udržitelnosti, vize, produkty a strategie**. Tato zpráva má zpravidla okolo 150 stran.

Společenský dopad automobilového průmyslu je rozhodně velký, a to především na životní prostředí a také na zaměstnanost v České republice.

CSR aktivit ^[15] společnosti ŠKODA AUTO je velká řada a tato firma se ke společenské zodpovědnosti a udržitelnosti staví čelem:

- **Každé prodané auto = 1 vysazený strom** (od r. 2007 téměř milion stromů),
- **dopravní bezpečnost** – tým zkoumající příčiny, okolnosti, průběh dopravních nehod, který následně vylepšuje bezpečnost aut,
- **pomoc vozíčkářům** – tvorba speciálních aut a bezbariérových přístupů,
- technické vzdělání zaměřené na praxi – **učiliště a VŠ**,
- organizovaný úklid okolí závodů i jiných míst – **Uklid'me Česko**,
- platforma **Bezpečný pátek** – učí veřejnost o dopravní bezpečnosti,
- **finanční podpora neziskových organizací** – sbírku zaměstnanců firma zdvojnásobuje – 2014-2015 přispěli 1,3 mil. Kč.

Mimo jiné vydává i tiskovou zprávu o udržitelnosti ^[16], kde se píše především o pokrocích ve snížení dopadu firmy na emise a dalších aktivitách vedoucích k trvalé udržitelnosti.

5.2 ČEZ, a.s.

ČEZ, a. s. je **největší výrobce elektřiny v České republice** a mateřská společnost Skupiny ČEZ, která sdružuje další desítky společností. Značka ČEZ představuje výrobce či dodavatele energií celkem v sedmi zemích, a má tak silnou pozici mezi energetikami ve střední a jihovýchodní Evropě. K 31. 12. 2018 měl ČEZ 31 385 zaměstnanců.

Vykazované informace

Tato firma věrně a poctivě dokumentuje a zveřejňuje veškeré zákonem nařízené podklady v obchodním rejstříku ^[14]. Jejich výroční zpráva (2018) je navíc přehledně graficky zpracovaná a nejen, že obsahuje vše nutné, ale seznámí čtenáře se vším **od historie energetiky až po CSR aktivity**. Tato zpráva má zpravidla přes 300 stran a až na základní přehled je **dost odlišná od předchozí**. **Firma se tedy patrně snaží na ní čím dál více pracovat**. Navíc firma vydává **Zprávu o udržitelném rozvoji** ^[17], která detailně popisuje jejich CSR aktivity.

Společenský dopad ČEZu je nemalý, ale hlavně by měl být lídrem v podpoře alternativních zdrojů energie a snížením emisí.

CSR aktivity dělí ČEZ na pět pilířů: **udržitelný provoz, užitečnost pro zákazníky, transformace energetiky, inovace a dobré partnerství**.

- V rámci rekultivace krajiny firma **sází stromy** (za 8 let - 7 milionů),
- **snížení emisí** při výrobě elektřiny o 45,7 % od 2001. Do 2050 se skupina zavázala vyrábět s neutrální uhlíkovou stopou,
- pro zaměstnance – **MŠ Watík, příměstské tábory, Dny zdraví**,
- snaha o vzdělání veřejnosti – **11 infocenter** v rámci elektráren v ČR,
- Nadace ČEZ funguje od r. 2003 a díky ní vytvořili **přes 100 oranžových hřišť**, charitativní aplikaci – **Pomáhej pohybem** a celkově bylo **za 15 let podpořeno 9 684 projektů za 2,54 miliardy Kč**,
- v r. 2018 bylo věnováno **420 milionů na výzkum a vývoj** (obnovitelné zdroje, budoucnost, jaderné elektrárny,...),
- podpora elektromobilů – **137 dobíjecích stanic** – 108 dalších v roce 2019 a obrovská spousta dalších aktivit. (viz *Zpráva o udržitelném rozvoji* ^[17])

5.3 AGROFERT, a.s.

AGROFERT, a.s., je český holdingový konglomerát operující především v odvětvích zemědělství, potravinářství, chemického průmyslu a médií, pod který patří více než 250 dceřiných společností. K roku 2017 koncern zaměstnával 33 tisíc zaměstnanců, z nich 22 tisíc v ČR.

Vykazované informace

Tato firma věrně a poctivě dokumentuje a zveřejňuje veškeré zákonem nařízené podklady v obchodním rejstříku ^[14], včetně konsolidované výroční zprávy a jejich příloh. Tyto zprávy (2018) obsahují pouze základní státem požadované informace a mají zpravidla přes 100 stran. Firma ale na svém webu vydává **Zprávu o společenské odpovědnosti** ^[18], která popisuje jejich CSR aktivity.

Společenský dopad této firmy je vzhledem k odvětvím, kterými se zabývá, velmi důležitý. Dceřiné společnosti ovlivňují, co a jak se bude pěstovat, ale také média, která do jisté míry ovlivňují názory a život většiny občanů.

CSR aktivity:

- **Nadace Agrofert** – pomáhá od roku 2012 (více než 415 mil. Kč)
- 2018 – **11 miliard Kč na rozvojové a obnovovací investice**
- **Fond pro rodiče samoživitele v nouzi** – 11,5 milionu Kč v roce 2018
- **Hasičský fond** – 9,7 milionu Kč v roce 2018, 165 podpořených sborů
- **Agrofert run** – 10 tisíc návštěvníků

5.4 Energetický a průmyslový holding, a.s.

Energetický a průmyslový holding, a.s. je energetická skupina se sídlem v Praze, která byla založena v roce 2009. Skupina sdružuje více než 50 společností v České republice, na Slovensku, v Německu, Itálii, Velké Británii a Maďarsku. K roku 2017 měla společnost 10 237 zaměstnanců.

Vykazované informace

Tato firma věrně a poctivě dokumentuje a zveřejňuje veškeré zákonem nařízené podklady v obchodním rejstříku ^[14], včetně konsolidované výroční zprávy a jejich příloh. Tyto zprávy (2018) obsahují pouze základní státem požadované informace a jsou součástí jednoho dokumentu o 238 stranách. V rámci CSR společnost vydává „Sustainability report“ ^[19] a jak název napovídá, je pouze v angličtině, a to za celou skupinu.

Společenský dopad

Podobně jako ČEZ má i tato firma velký vliv a měla by být vzorem pro zavádění úsporných a šetrných inovací a bojovat za snížení emisí.

CSR aktivity

- Modernizace, přestavby a ukončování provozu neekologických elektráren,
- dlouhodobým cílem je snižování emisí a udržování biodiverzity.

Zpráva o udržitelnosti jen částečně vypovídá o CSR aktivitách, celkově se jedná spíše o mezinárodní výroční zprávu, která vypovídá o fungování firmy, vztazích a zahrnuje i výrok auditora.

5.5 UNIPETROL, a.s.

Unipetrol je akciová společnost, která se **zabývá zpracováním ropy a výrobou, distribucí a prodejem pohonných hmot a petrochemických produktů** – zejména plastů a hnojiv v České republice a středoevropském regionu. Je jediným zpracovatelem ropy v České republice. Ke konci roku 2018 měla firma 4 824 zaměstnanců.

Vykazování informací

Firma poctivě zveřejňuje výroční zprávy jak individuální, tak konsolidovanou včetně výroků auditorů v obchodním rejstříku ^[14]. Tyto zprávy jsou spojeny do jedné o délce přes 100 stran. Firma však kromě základních povinných informací neuvádí žádné nadstandardní, vydává ale mimo to i společnou zprávu o ochraně zdraví, bezpečnosti práce a životního prostředí a má web o svých CSR aktivitách ^[20].

Společenský dopad

Vzhledem k povaze podnikání této firmy je dbání na společenskou odpovědnost velmi důležité. Jakožto zpracovatel ropy má vliv na její další použití, které vede především k velkému znečištění, ať už se použije na pneumatiky, palivo nebo cokoli jiného.

CSR aktivity jsou pro společnost velmi důležité a uvědomuje si svou roli:

- **Více než miliarda korun ročně** na ochranu životního prostředí, zdraví a bezpečnosti práce,
- Průběžná **modernizace** výroby, **optimalizace** energetické náročnosti, a **snížení objemu emisních a odpadních látek** a ve spolupráci s Ministerstvem financí ČR likvidují staré ekologické zátěže,
- za posledních deset let objem emisí vypouštěných do odpadních vod klesl již o 83 % a objem emisí vypouštěných do ovzduší o 70 %,
- **spolupráce s ekologickými centry** Most a Kralupy nad Vltavou
- **zarybňování** řek Bílina a Labe,
- **podpora hnízdění sokola** stěhovavého v okolí závodů,
- kampaň **Unipetrol lidem** ^[21] – lidé hlasují, na jaký projekt firma přispěje/zrealizuje jej (sázení stromů, park pro psy,...)

5.6 FOXCONN CZ s.r.o.

Foxconn je nadnárodní korporace s hlavním sídlem na Tchaj-wanu v Tchu-čchengu v okrese Tchaj-pej. V České republice má **továrny v Pardubicích a Kutné Hoře**. Je **celosvětově největším výrobcem elektroniky a počítačových součástek**, které zejména vyrábí pro jiné firmy. K roku 2017 měla celá firma ve světě 618 460 zaměstnanců.

Vykazování informací

Firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku ^[14]. Výroční zpráva (2018) je velmi stručná (49 stran), ale obsahuje vše potřebné, a navíc podává základní přehled o hodnotách a vizích firmy.

Společenský dopad

Celá skupina FOXCONN má jako lídr na trhu s elektronikou obrovskou zodpovědnost nejen z hlediska ekologie a dopadu na životní prostředí, ale také v návaznosti na obrovské množství pracovní síly na zaměstnanost a pracovní podmínky. V tomto ohledu nemusí být český trh pro firmu jednoduchý.

Firma nevydává na úrovni našeho státu žádnou zprávu o svých **CSR aktivitách**, nicméně na svém webu ^[22] uvádí:

„Naše společnost dobrovolně přijala závazek chovat se v rámci svého fungování odpovědně k okolnímu prostředí a komunitě, ve které podniká. Zaměřujeme se na podporu sociální sféry v regionech, ve kterých působíme – tedy Pardubicko a Kutnohorsko. Pomáháme především sdružením pečujícím o handicapované občany, podporujeme organizace či projekty, jejichž náplní je výchova a vzdělávání dětí a mládeže anebo sociální integrace.“

Dlouhodobě podporují:

Město Pardubice, Dětské centrum Veská, Dětský Domov Pardubice, Základní škola a Praktická škola SVÍTÁNÍ o.p.s., VOŠ a SPŠE Pardubice, SOŠ a SOU Chrudim, Delta SŠIE, UPCE FEI, UHK FIM a Bonifantes, Město Kutná Hora, Centrum Maják-Oblastní charita Kutná Hora, SOŠ a SOU řemesel Kutná Hora, VOŠ, SPŠ a JŠ Kutná Hora a VOŠ, SPŠ a OA Čáslav.

5.7 MORAVIA STEEL a.s.

MORAVIA STEEL neboli **Třinecké železářny**, jsou významným českým výrobcem ocelových dlouhých válcovaných výrobků a dlouhodobě jedním z největších průmyslových podniků na severovýchodě Českého Slezska. K roku 2018 zde bylo 7 115 zaměstnanců.

Vykazování informací

Firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku [14]. Výroční zpráva (2018) má přes 100 stran a velmi dobře popisuje celkovou finanční stránku firmy, navíc i kam firma směřuje, s kým obchoduje, jaký produkt je nejčastější apod.

Společenský dopad

Zpracování a výroba v tomto odvětví má nemalý důsledek na životní prostředí, firma ale hned na úvodu svých webových stránek [23] má sekci CSR a klade na svou odpovědnost zřejmě velký důraz.

CSR aktivity

Společnost vydává mimo základní dokumenty i Zprávu o společenské odpovědnosti, která je také dostupná na jejich webu [23] a jsou z ní patrné následující aktivity:

- „**Regionální talent**“ – program odměňování žáků a studentů z daného kraje za výkony v různých soutěžích,
- nabídka **praktických stáží** ve firmě pro studenty SŠ v okolí, vlastní SŠ,
- ozdravné **pobyty v Tatrách pro děti** ze ZŠ (2014-18 – 1 232 dětí),”
- „**Dobrovolnický den**“ podpora činnosti neziskových organizací, zúčastnilo se 302 zaměstnanců,
- firma plánovala investici do čtyř ekologických akcí v r. 2019 v celkové hodnotě vyšší než 1,5 miliardy Kč, její výsledky však zatím nejsou dostupné. V roce 2018 firma realizovala ekologické akce za pouze 173,35 mil. Kč.

V roce 2018 se projevil meziroční nárůst emisí v návaznosti na větší produkci, nicméně firma neusiluje o jejich snížení, a i když od roku 2004 firma rapidně snížila produkci odpadu, v posledních 5 letech se hodnoty více méně nemění.

5.8 BOSCH Group ČR

Bosch v České republice se skládá ze sedmi legálních entit a v roce 2018 zaměstnával 8 674 pracovníků. Bosch je v zemi zastoupen všemi svými čtyřmi obchodními oblastmi: **Mobility Solutions, Průmyslová technika, Spotřební zboží a Energetika a technika budov**. Společnost působí v České republice v 7 lokalitách, z nichž 4 jsou výrobní závody.

Vykazování informací

Bosch je německá skupina, která i v ČR tvoří skupinu sjednocenou pod společností **Robert Bosch odbytová s.r.o.**, která je i na webu označena jako kontaktní. Tato firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku ^[14]. Výroční zpráva (2018) je však velmi stručná (26 stran) a obsahuje jen státem žádané informace.

Společenský dopad firmy je nemalý především na množství lidí, které zaměstnává v celém regionu střední Evropy a také na její životní prostředí z povahy produkce.

CSR aktivity

Firma věnuje své odpovědnosti i část svých webových stránek ^[24], kde například zmiňují svou vizi: *„Naším cílem je zvýšit dostupnost obnovitelné energie a zajistit, aby mobilita byla ještě bezpečnější, čistší a hospodárnější. Chceme také vyvíjet ekologicky nezávadné výrobky ve všech oblastech našich aktivit.“*

Informace o konkrétních aktivitách se zde ale nenachází. Odkazují se na web celé nadnárodní firmy ^[25], kde najdeme i dvě podrobné zprávy o CSR celé skupiny. V jedné z nich s názve „Spotlights“ se můžeme dočíst o základních krocích skupiny:

- Hlavní snahou je **snížení emisí oxidu uhličitého**, 2018 to bylo o 31,1 %, cíl na rok 2020 je snížení o 35 % v porovnání s rokem 2007,
- Dalšími úspěchy je snížení odpadu o 3,5 % v porovnání s 2015, snížení spotřeby vody o 6,3 % v porovnání s rokem 2015, a také zvýšení počtu auditů bezpečnosti, čistoty a hospodárnosti dodavatelů (862 auditů v roce 2018).

Celkově jsou obě části CSR zprávy dlouhé a podrobné, nicméně nejsou dostupné v češtině a **firma zřejmě neprovozuje žádné aktivity pro českou komunitu.**

5.9 ČEPRO, a.s.

ČEPRO, a.s. je obchodní společnost, která zajišťuje především **přepravu, skladování a prodej ropných produktů**. Vznikla 1. ledna 1994 na základě privatizačního projektu státního podniku Benzina. Do 31. prosince 2005 byl jediným akcionářem Čepra Fond národního majetku ČR. S platností od 7. února 2006 je jediným akcionářem Ministerstvo financí České republiky. Firma měla k roku 2018 757 zaměstnanců.

Vykazování informací

Tato firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku [14]. Výroční zpráva (2018), kterou v rejstříku najdeme, má 122 stran, je dvojjazyčná (ČJ a AJ), a **kromě základních požadovaných informací obsahuje mimo jiné i CSR část** o HR, výzkumu, bezpečnosti a ochraně životního prostředí.

Společenský dopad

Všechny firmy, které se pohybují v ropném průmyslu, mají svůj podíl na všem s tímto spojeným ať už se jedná o zvyšování emisí oxidu uhličitého při spotřebě ropných produktů, nebo další těžkosti s tím spojené jako války, nehody při transportu apod. Cílem těchto společností by tedy mělo být alespoň kompenzovat svůj vliv, i když ultimátním cílem je v první řadě neexistovat.

CSR aktivity

Zřejmě vzhledem k obsáhlosti výroční zprávy společnost nevydává zprávu o svých CSR aktivitách, nicméně je tomu věnována a velmi dobře zpracována část jejich webu [26].

- **Podpora válečných veteránů** – prodej vlčích máků na stanicích EuroOil a následné předání výtěžku Vojenskému fondu solidarity,
- **zaměstnanci pomáhají v okolí**: psí útulky, hasiči, dětské domovy, SOS vesničky, benefiční sportovní akce, atd.,
- firma **podporuje technické VŠ a je dlouholetým partnerem projektu Česká hlava**, který spojuje soukromé investory s vědou a výzkumem.

5.10 MOL Česká republika, s.r.o.

MOL je maďarský ropný a plynárenský koncern, který provozuje 4 rafinérie a 2 petrochemické závody v rámci integrovaného řízení dodavatelského řetězce v Maďarsku, na Slovensku a v Chorvatsku. Skupina MOL má také vlastní síť více než 1 900 čerpacích stanic v 12 zemích střední a jihovýchodní Evropy, z toho je 304 čerpacími stanic v Česku, což dělá MOL **druhým největším provozovatelem sítě čerpacích stanic na českém trhu**. Podle rejstříku má firma mezi 200 – 249 zaměstnanci, není zde však uvedeno, z jakého roku je tento údaj a především to zahrnuje pouze pracovníky kanceláří, nikoli všechny zaměstnance české části holdingu.

Vykazování informací

Tato firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku ^[14]. Výroční zpráva (2018) je velmi stručným 37stránkovým pojednáním převážně o finanční situaci firmy, které je doplněno jednou stranou o výzkumu a CSR a krátkým popisem postavení společnosti na trhu.

Společenský dopad firmy je podobně jako u ČEPRA nemalý. Firma by se měla snažit jej kompenzovat a investovat do vývoje a výzkumu šetrnějších řešení.

CSR aktivity

MOL nevydává žádnou roční zprávu o svých CSR aktivitách, informace o nich však můžeme najít na jejich webových stránkách v sekci *O nás* ^[27]. Tato sekce je rozdělena na dvě CSR aktivity, kterými se MOL zabývá:

MOL CUP – „Jedna z nejstarších fotbalových soutěží Pohár Fotbalové asociace České republiky se od sezóny 2015/2016 může pyšnit novým generálním partnerem. Společnost MOL Česká republika, s.r.o. se rozhodla spojit své síly s českým fotbalem. Fanoušci se tak nově mohou těšit na utkání MOL Cupu.“

Zelené oázy – „Více zeleně a vodních prvků ve městech a obcích – takový je cíl grantového programu Zelené oázy, který vyhlašuje společnost MOL Česká republika ve spolupráci s Nadací Partnerství.“ (Zelené oázy 2017 – 98 přihlášených projektů, 20 podpořených projektů, celkový příspěvek 1,42 milionu korun.)

5.11 innogy Česká republika a.s.

Společnost innogy Česká republika a.s. je 100% dceřinou společností společnosti innogy Beteiligungsholding GmbH. Obě společnosti jsou členy koncernu E.ON. Podnikání innogy se soustředí na **dodávky zemního plynu, elektřiny a tepla zákazníkům, kombinovanou výrobu tepla a elektřiny v teplárenských provozech a řešení pro čistou mobilitu**. Průměrný přepočtený stav zaměstnanců k roku 2018 byl 4 118, číslo opět zahrnuje jen zaměstnance této části skupiny.

Vykazování informací

Tato firma věrně a poctivě dokumentuje a zveřejňuje veškeré zákonem nařízené podklady v obchodním rejstříku ^[14] včetně konsolidované výroční zprávy a jejich příloh v češtině. Výroční zpráva celé skupiny je pochopitelně mnohem obsáhlejší a také lépe graficky zpracovaná. Obě tyto zprávy však zahrnují vše potřebné, a navíc obsahují sekce věnující se CSR. Další informace o CSR aktivitách nenalezneme v podrobné zprávě, pouze na webových stránkách ^[28] po složitém hledání.

Společenský dopad

Podobně jako ČEZ by mělo i innogy bojovat za obnovitelné zdroje, snižování spotřeby energie spolu s rozšířením do jiných sfér – elektromobily apod.

CSR aktivity

- **energie českého filmu** – ročně firma investuje více než 25 milionů korun na pomoc kinematografii, dokumentaristice, literární přípravě či budoucím filmařům
- **energie českého lyžování** – příspěvek na rozvoj rekreačního lyžování – zvýšení bezpečnosti
- **Mezinárodní hudební festival Pražské jaro** – podpora od roku 1995

Celkově firma od roku 2005 věnuje na charitativní pomoc a výše zmíněné projekty 100 milionů korun ročně. Charitativní část se zaměřuje především na pomoc znevýhodněným dětem, seniorům a hendikepovaným občanům. Spolupracuje proto s Nadací Charty 77.

5.12 O2 Czech Republic a.s.

O₂ Czech Republic je firma patřící do investiční skupiny PPF. Je **poskytovatelem kompletního spektra ICT služeb**. V současnosti **provozuje téměř osm miliónů mobilních a pevných linek**. V České republice společnost provozuje jako jediná jak pevnou telefonní síť, tak i mobilní síť, a to pod značkou O₂. V roce 2018 zde pracovalo 5 381 zaměstnanců.

Vykazování informací

Tato firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku ^[14]. Najdeme tady i konsolidovanou část reportování. Obě tyto zprávy (2018) jsou přes 200 stran dlouhé a obsahují převážně nutné informace, navíc popisují řízení firmy a její postavení na trhu. Zpráva je spíše zdlouhavá a nezajímavá pro průměrného uživatele. Mimo to ale O₂ vydávala i zprávu o CSR, nyní však mají na to sekci na svých webových stránkách ^[29], kde se také dostaneme na web „Myslíme na“ ^[30], který je zcela věnován jejich CSR aktivitám.

Společenský dopad

Firma O₂ jako jeden z největších dodavatelů telefonních služeb v ČR může velmi ovlivnit jejich cenu, mimo to ale také zaměstnává a ovlivňuje velké množství lidí.

CSR aktivity

O₂ si velmi potrpí na své CSR, z toho důvodu také mimo jiné založili **Nadaci O₂**, která pomáhá neziskovým společnostem ale i různým projektům sloužícím k rozvoji společnosti.

- Nově se věnují i **prevenci kyberšikany** (e-bezpečí.cz) a také rozvoji informační gramotnosti,
- spolupráce s FOREWEAR rozjela sbírku oblečení mezi zaměstnanci a vytvořila tak **EKO obaly na mobil** dostupné v prodejnách,
- pro zaměstnance firma zřídila **O₂ běžecký klub**,
- jsou zapojeni do projektu **Zelená firma** – zajišťují zpětný odběr vysloužilých elektrozařízení a baterií a za každý takový mobil přispívají 25 Kč na provoz Linky bezpečí a dělají i spoustu dalších drobností i pro své zákazníky.

5.13 GECO, a.s.

GECO CZ, a.s. je česká společnost provozující **sít maloobchodních prodejen GECO tabák-tisk a velkoobchod tabákovými výrobky**. V současné době má podle Atmoskop.cz kolem 1 750 zaměstnanců.

Vykazování informací

Tato firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku ^[14]. Jejich výroční zpráva je poměrně stručná (40 stran) a obsahuje pouze základní potřebné informace.

Společenský dopad

Firmy, které produkují a prodávají tabákové výrobky mají obrovský vliv na zdraví občanů dané země. V tomto případě právě společnost GECO má nemalý vliv na zdraví občanů České republiky a měla by minimálně kompenzovat tento vliv nebo usilovat o zavádění šetrnějších produktů ve svých prodejnách.

CSR aktivity

Na webu společnosti (www.geco.cz) i pomocí vyhledávání přes Google bylo poměrně náročné najít jakoukoli zmínku o CSR aktivitách této společnosti.

Bohužel, i přesto, že by se tato společnost měla soustředit na svůj společenský dopad a má nemalé postavení na českém trhu, nevěnuje se jim.

5.14 Metrostav a.s.

Metrostav a. s. je česká stavební firma. Vznikla 31. prosince 1990 jako právní nástupce stejnojmenného národního podniku, který na trhu působil již od roku 1971. Původně byl Metrostav specializovanou společností založenou hlavně pro výstavbu pražského metra. Po roce 1990 se proměnil v univerzální stavební společnost, realizuje zakázky ve všech segmentech stavebnictví. Je vedoucí firmou Skupiny Metrostav. **K roku 2018 evidovala firma 4 903 zaměstnanců.**

Vykazování informací

Firma dodržuje zákon a vykazuje vše potřebné v obchodním rejstříku ^[14]. Jejich poslední výroční zpráva (2018) splňuje všechny státem nařízené požadavky, navíc obsahuje část o podnikání se zahraničím a hlavními událostmi ve firmě. O jejich CSR aktivitách se však nezmiňuje a je 126 stran dlouhá.

Společenský dopad

Tato firma je jako přední stavební společnost v České republice i hybatelem cen své práce a také by měla být příkladem při budování udržitelných, ekologických a šetrných staveb a zároveň v užívání i takových nástrojů na jejich stavbu.

CSR aktivity

I tato firma věnuje svým CSR aktivitám část webu ^[31]. Můžeme zde najít projekty, kterými se v současné době zabývají a také jejich zapojení ve vývoji:

- **Technický rozvoj** – vyvíjení kvalitního materiálu s lepšími vlastnostmi – vláknobeton, ultra-vysokohodnotný beton, vodonepropustný beton apod.,
- generální partner **Metrostav handy cyklo maraton** – pětidenní cyklo maraton pro všechny,
- firma vybízí zaměstnance k **darování krve** – dvakrát ročně v čele s prezidentem skupiny od roku 2005 darují desítky zaměstnanců krev,
- **Senior klub Metrostav** – pomoc zaměstnancům v důchodovém věku,
- **Zruční učni** – firma podporuje vzdělávání v oboru a nabízí praxe mladým řemeslníkům (ročně kolem 6 000 hodin výcviku, od roku 2008 podpořili již 450 žáků).

5.15 VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.

Skupina Veolia je v České republice předním dodavatelem služeb v oblasti vodohospodářství, energie a nakládání s odpady. V roce 2016 zaměstnávala téměř 6 800 osob a její konsolidovaný obrat činil 27,2 mld. Kč. K roku 2018 zde pracovalo 2 219 zaměstnanců.

Vykazování informací

Tato firma poctivě vykazuje všechny potřebné informace v obchodním rejstříku [14]. Jejich výroční zpráva je poměrně stručná (46 stran) a obsahuje pouze základní potřebné informace.

Společenský dopad

Tato společnost může nesmírně ovlivnit životní prostředí už jen z principu jejich podnikání v nakládání s odpady, energií a vodou. Proto by měli být vzorem pro rozvoj udržitelnosti.

CSR aktivity

Na webu [32] společnosti můžeme najít i sekci věnovanou společenské odpovědnosti, kde je krátce popsán přístup firmy a je zde přiložena i CSR zpráva z let 2016/2017.

„V oblasti CSR a udržitelného rozvoje máme definováno devět závazků ve třech hlavních oblastech: péče o světové zdroje, péče o regionální zdroje a péče o naše zaměstnance. O našich konkrétních aktivitách, kterými tuto strategii naplňujeme, se dočtete v naší aktuální CSR zprávě.“

Napříč tomu, že *Sustainability report* je v angličtině a starší, zde je pár bodů z něj, které se týkají výhradně Česka:

- **V-Tower** – pražská budova, projekt, který využívá horkou vodu jako primární zdroj tepla,
- **Firm for Health** – v roce 2017 firma vyhrála toto ocenění v Česku,
- Veolia **recykluje popílek ze spalování uhlí** a používá jej k výrobě kvalitních materiálu pro stavební průmysl,
- **The Secret City Life** je společný československý projekt, který má za úkol v oblasti ochrany přírodní diverzity a spousta dalších aktivit.

5.16 Porsche Česká republika s.r.o.

Porsche je **největším importérem osobních a užitkových vozidel** do České republiky. Zastupují největšího evropského výrobce automobilů Volkswagen Group a jeho značky Volkswagen osobní vozy, Audi, SEAT, CUPRA a Volkswagen Užitkové vozy, včetně programu prodeje prověřených použitých vozů Das WeltAuto a projektu MOON pro výstavbu nabíjecí infrastruktury. Společnost má současně přes 3 000 zaměstnanců.

Vykazování informací

Společnost vykazuje veškeré potřebné informace podle zákona v obchodním rejstříku ^[14]. Poslední dostupná výroční zpráva (2018) je poměrně strohá (32 stran) a obsahuje jen základní nutné informace.

Společenský dopad

Výrobky, s kterými firma nakládá mají nemalý vliv na životní prostředí. Firma by měla být vzorem a hybatelem pokroku v ekologičtějších řešeních dopravy.

CSR aktivity

Informacím o společenské odpovědnosti firmy je věnována část sekce webu ^[33], kde najdeme například popis firmy:

„Společenská odpovědnost je pevnou součástí naší firemní kultury. Jako největší dovozce automobilů do ČR si uvědomujeme svoji odpovědnost a dlouhodobě a systematicky podporujeme projekty přispívající nejen ke zlepšování životního prostředí, ale i zkvalitňování života obyvatel a udržitelného rozvoje.“

Nicméně za tímto popisem se nachází výčet aktivit s nejnovějším datem v roce 2016. Firma pomáhala hendikepovaným pomocí nadačního fondu Emil a také různými příspěvky do jiných organizací a projektům jako: Dobrý anděl, STK pro chlapy.

Nicméně i s rostoucí důležitostí CSR firma projevuje spíše opačnou taktiku a o současných CSR aktivitách neneviduje žádnou dokumentaci, pokud tedy vůbec nějaké provozuje.

5.17 MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.

MAKRO Cash & Carry ČR nabízí podnikatelům výběr ze širokého sortimentu potravinářského i nepotravinářského zboží. MAKRO je nejrozvinutějším velkoobchodem v ČR a má přes 3000 zaměstnanců

Vykazování informací

MAKRO věrně a poctivě zveřejňuje základní požadované dokumenty ve výroční zprávě v obchodním rejstříku ^[14]. Jejich poslední dostupná výroční zpráva (2018) je velmi strohá (34 stran) a obsahuje pouze základní nutné informace a nic navíc.

Společenský dopad

I nadměrná konzumace některých potravin (maso) působí negativně na životní prostředí, stejně jako nadměrné používání plastů (sáčky, tašky, obaly, ...). Firma by tedy měli jít příkladem nejen pro maloobchody, ale i jiné podnikatele, kteří zde nakupují.

CSR aktivity

Část webových stránek společnosti je opět věnována společenské odpovědnosti.

„Věříme, že má smysl pomáhat. V MAKRO podporujeme dlouhodobé projekty především v sociální oblasti a ochraně životního prostředí.“^[34]

Mezi aktivity společnosti MAKRO patří mimo jiné:

- **Potravinová banka** – od roku 2009 společnost spolupracuje s Českou federací potravinových bank a podporuje tak potřebné (2010 – jídlo a drogerie v celkové částce 1,75 milionu Kč),
- **spolupráce s Nadací Partnerství, od roku 2009 firma pomáhá sázet stromky** a spolu s tím se snaží omezit vznik odpadu a nabízí elektronické letáky,
- **firma pomáhá i v regionech** (podporuje proto dětské domovy a podobné organizace po celé ČR),
- **zpětný odběr elektrozařízení a baterií**, součást sběrné sítě společnosti ASEKOL.

5.18 T-Mobile Czech Republic a.s.

T-Mobile je značkou skupiny Deutsche Telekom pro **mobilní služby**. Německá skupina Deutsche Telekom je mj. od roku 2014 100 % vlastníkem této společnosti, jež do roku 2002 působila pod názvem Radiomobil a. s. K roku 2018 zde pracovalo 3 586 zaměstnanců.

Vykazování informací

Firma věrně a poctivě dokumentuje a odevzdává výroční zprávu včetně konsolidované části do obchodního rejstříku [14]. Zpráva (2018) je velmi hezky graficky zpracována a má 142 stran. Začíná úvodem, kde je kromě slova ředitele i popis novinek a pokroků v T-mobilu v posledním roce.

Společenský dopad

Stejně jako O2, tak i T-mobile má velký vliv na trhu a mobilní telefon v dnešní době vlastní téměř každý, stejně tak spousta lidí telefon střídá každý rok a vzniká tak spousta odpadu. Firma by tedy měla být minimálně v tomto ohledu odpovědná.

CSR aktivity

O svých aktivitách spojených se společenskou odpovědností vede T-mobile část webu – sekci s názvem Pomáháme [35].

- Pomocí grantů pomáhá zlepšit informační a mediální gramotnost veřejnosti,
- **Akademie T-mobile** – vzdělávací program pro neziskové organizace,
- **T-mobile Rozjezdy** – program pro začínající podnikatele,
- **Den pro dobrý skutek** – zaměstnanci pomáhají manuálně nebo znalostmi v neziskových organizacích,
- 58 656 odpracovaných hodin jako dobrovolníci, 846 neziskových projektů podpořeno částkou 60,2 mil. Kč, 5 115 podpořených podnikatelů a mnoho dalšího.

5.19 České dráhy, a.s.

České dráhy jsou **národní železniční společnost** v České republice. Skupina České dráhy zahrnuje České dráhy, a. s. a její dceřiné společnosti včetně ČD Cargo, a. s. V Česku jsou ČD, a. s., dominantním osobním dopravcem, v roce 2019 přepravily rekordních 182 milionů cestujících. V této firmě v roce 2018 pracovalo 23 374 zaměstnanců.

Vykazování informací

České dráhy poctivě vykazují veškeré potřebné náležitosti výroční zprávy a zveřejňují je v obchodním rejstříku ^[14]. Jejich poslední výroční zpráva (2018) je 220 stran dlouhý detailní popis nejen finanční situace společnosti, ale také celého fungování a také společenské odpovědnosti.

Společenská odpovědnost

České dráhy (dále ČD) mají jakožto národní dopravce a dlouhodobý bývalý monopol na železničních tratích ČR velký vliv na dopravu a všechny cestující, které přepravují. Měli by jít příkladem a dodávat kvalitní služby, aby je občané preferovali před cestou autem, která je neekonomická a neekologická.

CSR aktivity

Firma nezveřejňuje žádné informace o CSR na svém webu a je těžké je dohledat mimo výroční zprávu. O jejich CSR aktivitách, však byla napsána i bakalářská práce od Elen Mátéové o přepravě zdravotně postižených.

Z výroční zprávy se pak můžeme dozvědět o následujících aktivitách:

- ČD podporují **bezbariérové cestování**, nová řada vlaků je proto dostupnější,
- **Preventivní vlak** – projekt pro ZŠ a SŠ o bezpečnosti (od roku 2007 se projektu zúčastnilo téměř 240 000 lidí),
- **stipendia pro studenty středních škol** s dopravním zaměřením,
- **podpora nadací a projektů**: Maminko, dýchám, Ndace Terety Maxové, Fondu ohrožených dětí, Emil Open, Movember apod.
- Muzeum ČD, Národní den železnice a podpora spousty dalších akcí a organizací

5.20 ARMEX GROUP s.r.o.

Skupina Armex, též Armex Group, je česká firma sídlící v Děčíně. Vznikla v roce 1991. **Firma začínala prodejem armatur. Postupně se zaměřila zejména na prodej pohonných hmot.** Pro tuto skupinu pracuje do deseti lidí, sdružují však spoustu firem, kde jich pracuje mnohem více (stovky – tisíce).

Vykazování informací

AMEX Group jako taková vykazuje v obchodním rejstříku ^[14] pouze účetní závěrku. Podle zákona nepodléhá auditu, protože nepřesahuje žádnou ze stanovených mezí. V TOP 20 je proto, že zde byly nejspíš zahrnuty všechny firmy spadající pod tuto skupinu. ARMEX holding je největší částí této skupiny a například ten už podléhá auditu a vytváření výroční zprávy, která je v pořádku.

Společenská odpovědnost

Vzhledem k povaze jejich podnikání, by měla celá skupina jít příkladem a snažit se zavádět udržitelná a ekologická řešení a kompenzovat některé aspekty svého podnikání.

CSR aktivity

Společenské odpovědnosti této skupiny je věnována část jejich webu ^[36]. Snaží se podporovat především svůj region – Děčínsko resp. Ústecký kraj. Na veřejně prospěšné, sportovní, sociální a jiné akce firma **ročně věnuje přes 25 mil. Kč.**

- Partnerství s ligovým basketbalovým klubem **BK ARMEX Děčín** a boxerského klubu **BC Armex Děčín,**
- podpora závodního týmu **TATRA BUGGYRA RACING** či malířskou tvorbu handicapovaných umělců P+P,
- **Dárcovský fond ARMEX ENERGY** – grantový program podporující vzdělání, znevýhodněných mladých lidí – 115 000 Kč v roce 2018,
- a spousta dalších klubů a aktivit.

5.21 Hodnocení firem dle aktivit a externích žebříčků

V následujících podkapitolách budou uvedeny výsledky nezávazného hodnocení obchodních společností dle aktivit a externích žebříčků, kterých je v České republice hned několik. Jako příklad byly vybrány tři nejznámější.

5.21.1 TOP Odpovědná firma

Nezávislý rating ^[37] pro velké firmy, které odpovědně, systematicky, komplexně, strategicky a inovativně rozvíjejí své podnikání směrem k dlouhodobé udržitelnosti a angažují se ve všech hlavních oblastech CSR.

Strategie roku 2018 - zlatá úroveň

- ŠKODA Auto
- Accenture
- KPMG Česká republika
- Plzeňský prazdroj
- Skanska
- GSK
- Nestlé Česko
- O2 Czech Republic
- SAINT-GOBAIN ADFORS CZ
- Skupina ČEZ
- Tesco Stores ČR
- Vodafone Czech Republic

TOP 25 velkých firem 2019

V roce 2019 byla v rámci tohoto průzkumu vytvořena tabulka celkového hodnocení 25 největších firem v České republice v oblasti CSR (viz Příloha č. 1.)

Hodnotí se zde celková **strategie udržitelnosti, HR a diverzita, dodavatelsko-odběratelský řetězec, životní prostředí** a také **podpora komunity**.

Leaderem této tabulky s celkovým ratingem nad 90 % se stalo pět firem, z nichž jedna je součástí i našeho zkoumání: **Skupina ČEZ s 91 %** se zlepšením oproti minulému roku. Dále se v TOP 25 objevily dvě firmy z našeho vzorku: **O2 Czech Republic s 86 %** a **VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA s 80 %**, obě se zlepšením od minulého roku.

Je tedy patrné, že i firmy vidí v CSR aktivitách smysl a snaží se je udržovat a zlepšovat. Jejich výsledky zde korespondují i se zvyšováním či udržováním finančních výsledků v původním žebříčku, z kterého práce vychází.

5.21.2 100 obdivovaných firem

CZECH TOP 100 vydává kromě původních 100 nejvýznamnějších firem, z kterých vznikl vzorek, i jiné žebříčky, jako například **100 obdivovaných firem** [38]. Pro eliminaci rozdílného významu jednotlivých oborů je žebříček sestavován samostatně ve 25 oborech. První čtyři firmy z každého oboru pak tvoří celkovou publikovanou stovku obdivovaných firem v daném roce. Hodnotiteli jsou jak přední ekonomičtí odborníci, manažeři firem, představitelé odborných sdružení a asociací, zástupci regionálních hospodářských komor a dalších institucí. V roce 2019 se jednalo o vyhlášení **21. ročníku a mezi prvními sto se objevily i vybrané firmy:**

ALL STARS – TOP 10. – dlouhodobě nejlepší ve své kategorii

- 1. místo – ŠKODA AUTO a.s.
- 4. místo – ČEZ, a.s.
- 8. místo – AGROFERT

TOP 4 z 25 oborů – vybrané firmy v žebříčku TOP 100

- **ŠKODA AUTO** – 1. místo v oboru automobilová výroba
- **ČEZ** – 1. místo v oboru výroby a rozvodu elektřiny, vody, plynu a páry
- **AGROFERT** – 1. místo v oboru zemědělství, lesnictví, těžba dřeva a rybolov
- **Energetický a průmyslový holding** – 2. místo v oboru výroby a rozvodu elektřiny, vody, plynu a páry
- **MOL Česká republika** – 2. místo v oboru prodeje, údržby a opravy motorových vozidel a prodeje pohonných hmot
- **O2 Czech Republic** – 3. místo v oboru telekomunikačních a poštovních služeb
- **Metrostav a.s.** – 2. místo v oboru stavebnictví
- **T-mobile Czech Republic** – 2. místo v oboru telekomunikačních a poštovních služeb

Ostatní firmy ze vzorku se pravděpodobně mohly umístit v TOP 25 ve svém oboru, nicméně se nedostaly na úplných TOP 100 nejobdivovanějších firem v České republice.

5.21.3 Nejlepší výroční zprávy

Již několikrát zmíněná stránka CZECH TOP 100 vyhlašuje i **20 nejlepších výročních zpráv a časopisů** [39]. Odborná porota hodnotí všechny přihlášené výroční zprávy a časopisy. Pokud tedy firma má zájem se umístit, je třeba se o to aktivně zajímat a zúčastnit. Pro mnoho firem se však jedná o prestiž, a proto se i zde **objevily firmy z vybraného vzorku v kategorii nejlepší výroční zprávy:**

- 1. místo – ČEZ, a.s. (Nadace ČEZ – 12. místo)
- 5. místo – České dráhy
- (14. místo – Nadační fond VEOLIA)

5.21.4 Zahraniční statistiky

Pro zajímavost byly prozkoumány i zahraniční statistiky [40] zda některá z firem z vybraného vzorku je zodpovědnou firmou i v zahraničním prostředí.

Jedinou firmou, která takto obstála je **BOSCH**, která je dlouhodobě velmi zodpovědnou, a to po celém světě.

Mateřská společnost věnuje polovinu svého rozpočtu na výzkum a vývoj technologií, která chrání životní prostředí. Do roku 2021 firma investuje 50 tisíc eur na podporu univerzit a výzkumných programů, které se zabývají právě životním prostředím, energetikou a mobilitou v Německu, Indii, USA a Číně. [40]

Tato statistika však není pro hodnocení v České republice zcela relevantní, protože jen některé firmy z výběru působí nadnárodně, a proto nebude použita v následném hodnocení.

6 Shrnutí výsledků

Důležitým prvkem celého shrnutí je přesně definovat, jaký vzorek tato práce analyzovala. Nejednalo se pouze o dvacet největších firem v České republice podle výnosů v roce 2018, ale zároveň také o firmy z podobných odvětví.

Celkový přehled zkoumaných oblastí i s komentáři proto práce **shrnuje v následujících čtyřech tabulkách** a příslušných komentářích.

Tyto firmy jsou největší, a tak mohou nejvíce ovlivnit nejen naši ekonomiku, ale i život v naší zemi, proto je důležité si i uvědomit, o jaké firmy se jedná. **S největším zastoupením se zde objevily firmy z petrochemického průmyslu**, a to celkem čtyři z dvaceti, dále třikrát **energetika** a po dvou také **telekomunikace a automobilní průmysl**.

Nejen tyto, ale rovnou všechny firmy z této top dvacítky mají velký podíl na ekonomice, ale také na životním prostředí a mají i nemalý vliv na obyvatele Česka. Většinou se jedná o obrovské **firmy s více než 3 000 zaměstnanci**, proto byl v práci hodnocen i jejich společenský dopad, kde tyto dvě složky hrály největší roli. Na stupnici od **1 (nejmenší vliv) po 5 (největší vliv)** se tak všechny firmy dostaly dle této logiky na 3 a výše. Hodnocení vlivu na životní prostředí hrálo velkou roli i díky odkazu na studii společnosti Ipsos (viz kapitola 3.5.3.), kdy dotazovaní z řad obecné populace považují právě ochranu životního prostředí za nejdůležitější prvek CSR strategie.

V rámci hodnocení dodržování základních postupů při vykazování práce mapuje i audit těchto společností a až na dvě výjimky se **na auditu podílí takzvaná „Velká čtyřka“**, což je skupina čtyř největších auditorských firem nejen v České republice, ale i na světě. Tento výsledek je tedy více než očekávaný a je naopak spíše překvapivé, že tyto čtyři firmy (KPMG, EY, Deloitte, pwc) neauditují všechny tyto velké společnosti.

Vzhledem k **nedostatku či zastaralosti průzkumů a dat o auditu v České republice**, ať už o rozložení trhu mezi „Velkou čtyřku“ a zbytek nebo porovnání těchto čtyř firem, tato práce poskytne alespoň **rozbór** nad tímto malým vzorkem.

Odvětví - firmy	Deloitte	EY	KPMG	pwc	ostatní
automotiv		1		1	
Porsche Česká republika s.r.o.				1	
ŠKODA AUTO a.s.		1			
doprava				1	
České dráhy, a.s.				1	
elektronika	1				
FOXCONN CZ s.r.o.	1				
energetika		1	1	1	
ČEZ, a.s.		1			
Energetický a průmyslový holding, a.s.			1		
innogy Česká republika a.s.				1	
ocel	1				
MORAVIA STEEL a.s.	1				
petrochemie	1	1		1	1
ARMEX GROUP s.r.o.					1
ČEPRO, a.s.				1	
MOL Česká republika, s.r.o.		1			
UNIPETROL, a.s.	1				
stavebnictví				1	
Metrostav a.s.				1	
tabák					1
GECO, a.s.					1
technika				1	
BOSCH Group ČR				1	
telekomunikace			1	1	
O2 Czech Republic a.s.			1		
T-Mobile Czech Republic a.s.				1	
velkoobchod			1		
MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.			1		
vodohospodářství			1		
VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.			1		
zemědělství		1			
AGROFERT, a.s.		1			

Tabulka 5: Porovnání auditorů napříč odvětvími u zkoumaných firem

V tabulce číslo 5 můžeme vidět rozložení zmiňované „Velké čtyřky“ v rámci jednotlivých odvětví, je tedy patrné, že mají trh rozdělen rovnoměrně podle odvětví, jelikož žádná z nich neaudituje stejné odvětví z tohoto vzorku více než jednou.

Auditor	Suma tržeb	Počet firem
EY	810,000,000	4
Deloitte	280,000,000	3
pwc	254,000,000	7
KPMG	250,000,000	4
ostatní	58,000,000	2
Celkem	1,652,000,000	20

Tabulka 6: Přehled podílů auditorských firem na vzorku

V této kontingenční tabulce můžeme vidět **porovnání podílu jednotlivých auditorských firem na vybraném vzorku**, a to nejen podle počtu firem, které auditují, ale také podle tržeb. Přesto že tedy pwc audituje nejvíce firem, neauditují největší firmy. S větší firmou a většími výnosy přichází i více práce pro auditory, proto je na tom v tomto vzorku lépe firma EY, která audituje sice jen čtyři firmy, nicméně jsou to ty největší, a i často v této práci zmiňované (např. ČEZ a ŠKODA AUTO).

Auditor	Průměr bodů
EY	43.00
KPMG	32.00
Deloitte	30.00
pwc	27.57
ostatní	16.00
Celkem	30.75

Tabulka 7: Návaznost průměrného počtu získaných bodů na audit

Tabulka č. 7 znázorňuje průměrný počet získaných bodů v průzkumu u firem, které tyto auditorské firmy mají na starosti. Pokud tedy například EY audituje čtyři firmy, tak se jedná o průměr získaných bodů v celkovém hodnocení těchto čtyř firem.

„Velká čtyřka“ není známá jen v České republice, ale jedná se o nejznámější auditorské firmy v celém světě, a tak se nabízí otázka, **zda audit od těchto prestižních firem napomáhá nějak ke zlepšování přístupu firem k CSR a reportingu** nebo naopak, **zda firmy, kterým záleží na jejich působení navenek najímají spíše tyto firmy k auditu** jako součást své prestiže.

V tomto případě se jedná spíše o hypotetickou otázku, která by s větším vzorkem mohla přinést zajímavé výsledky a je rozhodně podnětem k dalšímu zkoumání, jelikož **už z tohoto vzorku můžeme usoudit, že firmy auditované „Velkou čtyřkou“ si vedou v celkovém průzkumu mnohem lépe.**

Firma	Zaměření podnikání	Údaje k roku 2018			Společenský dopad
		tržby	auditor	počet zaměstnanců	
ŠKODA AUTO a.s.	automotiv	407 mil. Kč	Ernst & Young	33,696	5
ČEZ, a.s.	energetika	202 mil. Kč	Ernst & Young	31,385	5
AGROFERT, a.s.	zemědělství	155 mil. Kč	Ernst & Young	32,730	5
Energetický a průmyslový holding, a.s.	energetika	153 mil. Kč	KPMG	10,711	4
UNIPETROL, a.s.	petrochemie	119 mil. Kč	Deloitte	4,824	5
FOXCONN CZ s.r.o.	elektronika	104 mil. Kč	Deloitte	922	4
MORAVIA STEEL a.s.	ocel	57 mil. Kč	Deloitte	7,115	4
BOSCH Group ČR	technika	52 mil. Kč	PricewaterhouseCoopers	8,674	3
ČEPRO, a.s.	petrochemie	48 mil. Kč	PricewaterhouseCoopers	757	5
MOL Česká republika, s.r.o.	petrochemie	46 mil. Kč	Ernst & Young	200	5
innogy Česká republika a.s.	energetika	43 mil. Kč	PricewaterhouseCoopers	4,118	4
O2 Czech Republic a.s.	telekomunikace	38 mil. Kč	KPMG	5,381	3
GECO, a.s.	tabák	34 mil. Kč	A&CE	1,750	4
Metrostav a.s.	stavebnictví	31 mil. Kč	PricewaterhouseCoopers	4,903	3
VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.	vodohospodářství	30 mil. Kč	KPMG	2,219	4
Porsche Česká republika s.r.o.	automotiv	29 mil. Kč	PricewaterhouseCoopers	165	3
MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	velkoobchod	29 mil. Kč	KPMG	3,000	3
T-Mobile Czech Republic a.s.	telekomunikace	27 mil. Kč	PricewaterhouseCoopers	3,586	3
České dráhy, a.s.	doprava	24 mil. Kč	PricewaterhouseCoopers	23,374	5
ARMEX GROUP s.r.o.	petrochemie	24 mil. Kč	Ing. Petr Dostál (skupina)	10	5

Tabulka 8: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - základní přehled

Dalším hodnoceným prvkem u firem bylo jejich zapojení v CSR aktivitách a zda vyrovnává jejich dopad na společnost (viz tabulka č. 9.):

- **15 z 20 firem má nadaci či jinak finančně přispívá** na různé akce (sportovní, kulturní, neziskové) a skupiny znevýhodněných lidí apod.,
- **10 z 20 se aktivně zajímá o životní prostředí,**
- **9 z 20 zapojuje** do svých CSR aktivit i **zaměstnance** a dělá pro ně v rámci nich i něco nadstandardního,
- **17 z 20 se zajímá o své okolí** a podporuje jej ať už konáním různých akcí, nebo úklidem či jinými aktivitami.

Z těchto položek jsou nejvíce znepokojující dvě hlavní a to fakt, že **i přesto, že se jedná o jedny z nejbohatších firem, tak ne všechny přispívají finančně** na společenskou odpovědnost.

Dalším alarmujícím ukazatelem je, že **i přes to, že se jedná o firmy, které mají velký podíl na znečištění životního prostředí, tak pouze polovina se tím aktivně zabývá** a dělá něco navíc, aby jej udržela nebo vylepšila. Opět se tedy dostáváme k důležitosti životního prostředí z výzkumu Ipsos (viz kapitola 3.5.3) a jeho zanedbání.

Firma	CSR aktivity			
	nadace/fin. podpora	životní prostředí	pro zaměstnance	péče o okolí
ŠKODA AUTO a.s.	ANO	ANO	ANO	ANO
ČEZ, a.s.	ANO	ANO	ANO	ANO
AGROFERT, a.s.	ANO	NE	ANO	ANO
Energetický a průmyslový holding, a.s.	NE	ANO	NE	NE
UNIPETROL, a.s.	ANO	ANO	ANO	ANO
FOXCONN CZ s.r.o.	ANO	NE	NE	ANO
MORAVIA STEEL a.s.	ANO	ANO	ANO	ANO
BOSCH Group ČR	NE	ANO	NE	NE
ČEPRO, a.s.	ANO	NE	ANO	ANO
MOL Česká republika, s.r.o.	ANO	ANO	NE	ANO
innogy Česká republika a.s.	ANO	NE	NE	ANO
O2 Czech Republic a.s.	ANO	ANO	ANO	ANO
GECO, a.s.	NE	NE	NE	NE
Metrostav a.s.	ANO	NE	ANO	ANO
VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.	NE	ANO	ANO	ANO
Porsche Česká republika s.r.o.	neaktuální	neaktuální	neaktuální	neaktuální
MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	ANO	ANO	NE	ANO
T-Mobile Czech Republic a.s.	ANO	NE	ANO	ANO
České dráhy, a.s.	ANO	NE	NE	ANO
ARMEX GROUP s.r.o.	ANO	NE	NE	ANO

Tabulka 9: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - CSR aktivity

Velkým blokem, kterým se práce zabývala, je i způsob, jakým firmy vykazují informace (viz tabulka č. 10). Pozitivní zprávou je, že **všechny tyto firmy poctivě vykazovaly státem nařízené informace** ve zkoumaných letech 2017 a 2018. Navíc práce zkoumala, zda si firmy dávají opravdu záležet na výročních zprávách, jaký je jejich obsah a zda mimo povinné dokumenty vykazují i něco navíc.

- **12 z 20** firem má svou výroční zprávu i velmi **dobře graficky upravenou** a dává si záležet na jejím vzhledu a poutavosti,
- **6 z 20 mělo zprávy velmi detailní** a popisovaly i části firmy jako marketing, HR, celkovou strategii, historii a také CSR,
- **jen 9 výročních zpráv obsahovalo pouze základní informace vyžadované státem**, ostatní byly průměrné a informace navíc byly jen okrajové,
- **samostatnou zprávu o CSR vydává 9 z 20 firem**, nicméně zbylé krom společnosti GECO popisují své CSR ve výroční zprávě nebo na svém webu.

Firma	Výroční zpráva a další dokumentace			
	vykazování	grafické zpracování	obsah	CSR zpráva
ŠKODA AUTO a.s.	ANO	ANO	detailní	ANO
ČEZ, a.s.	ANO	ANO	detailní	ANO
AGROFERT, a.s.	ANO	NE	základní	ANO
Energetický a průmyslový holding, a.s.	ANO	NE	základní	ANO
UNIPETROL, a.s.	ANO	NE	základní	ANO
FOXCONN CZ s.r.o.	ANO	NE	základní	NE, jen web
MORAVIA STEEL a.s.	ANO	ANO	detailní	ANO
BOSCH Group ČR	ANO	NE	základní	ANO
ČEPRO, a.s.	ANO	ANO	detailní	v rámci VZ
MOL Česká republika, s.r.o.	ANO	ANO	průměrný	v rámci VZ
innogy Česká republika a.s.	ANO	ANO	detailní	v rámci VZ
O2 Czech Republic a.s.	ANO	ANO	průměrný	ANO
GECO, a.s.	ANO	NE	základní	NE
Metrostav a.s.	ANO	ANO	průměrný	NE, jen web
VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.	ANO	ANO	základní	ANO (jen AJ)
Porsche Česká republika s.r.o.	ANO	NE	základní	Ne, neaktuální
MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	ANO	NE	základní	NE, jen web
T-Mobile Czech Republic a.s.	ANO	ANO	průměrný	NE, jen web
České dráhy, a.s.	ANO	ANO	detailní	NE, jen web
ARMEX GROUP s.r.o.	ANO (skupina)	ANO	průměrný	NE, jen web

Tabulka 10: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - Vykazované informace

Posledním ukazatelem aktivit firem a její zodpovědnosti byly nestranné externí žebříčky (viz tabulka č. 11.)

- TOP odpovědné firmy: **4 z 20 firem**
- 100 obdivovaných: **8 z 20 firem**
- Nejlepší výroční zpráva: **3 z 20 firem**

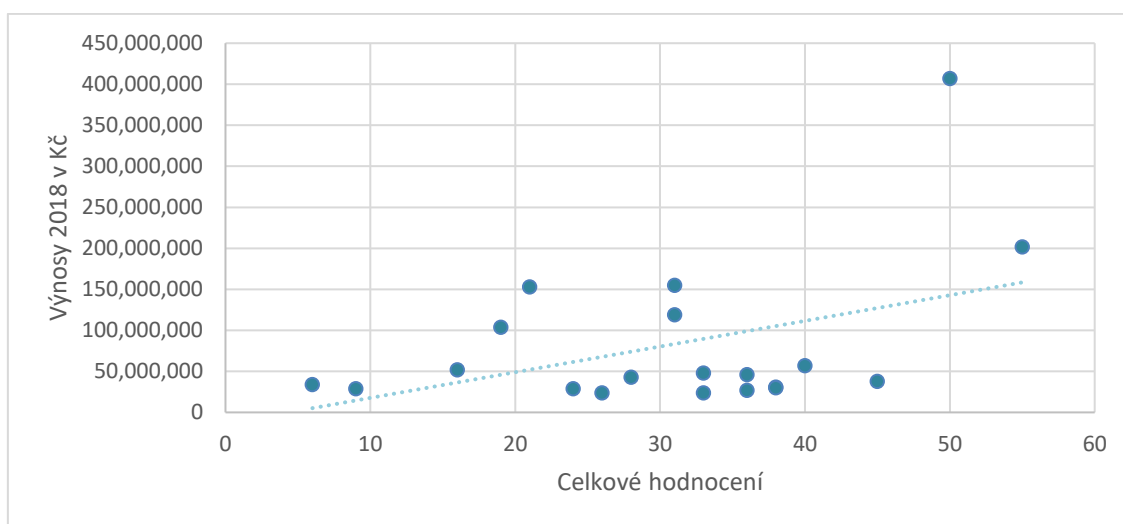
Při porovnání všech aktivit těchto firem se jako **nejlepší** jeví bez pochyb **strategie společností ŠKODA AUTO a ČEZ**, jako další povedené strategie můžeme považovat ty od společností MORAVIA STEEL, O2, Metrostav a T-Mobile. Naopak **nejhorší** strategii má bez pochyby **společnost GECO** v návaznosti na fakt, že tuto strategii zcela postrádají, i když prodejem tabákových výrobků ovlivňují životy. Důležitost CSR v jejich odvětví potvrzuje mimo jiné i zahraniční studie [41], která upozorňuje na vliv výroby tabákových výrobků na životní prostřední produkováním velkého množství CO² a přehlížení tohoto faktu v plánech na ochranu planety.

Firma	Žebříčky a další aktivity			Celkové hodnocení
	TOP odpovědná firma	100 obdivovaných firem	nejlepší výroční zprávy	
ŠKODA AUTO a.s.	ANO	ANO	NE	50
ČEZ, a.s.	ANO	ANO	ANO	55
AGROFERT, a.s.	NE	ANO	NE	31
Energetický a průmyslový holding, a.s.	NE	ANO	NE	21
UNIPETROL, a.s.	NE	NE	NE	31
FOXCONN CZ s.r.o.	NE	NE	NE	19
MORAVIA STEEL a.s.	NE	NE	NE	40
BOSCH Group ČR	NE	NE	NE	16
ČEPRO, a.s.	NE	NE	NE	33
MOL Česká republika, s.r.o.	NE	ANO	NE	36
innogy Česká republika a.s.	NE	NE	NE	28
O2 Czech Republic a.s.	ANO	ANO	NE	45
GECO, a.s.	NE	NE	NE	6
Metrostav a.s.	NE	ANO	NE	38
VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.	ANO	NE	Nadační fond	38
Porsche Česká republika s.r.o.	NE	NE	NE	9
MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.	NE	NE	NE	24
T-Mobile Czech Republic a.s.	NE	ANO	NE	36
České dráhy, a.s.	NE	NE	ANO	33
ARMEX GROUP s.r.o.	NE	NE	NE	26

Tabulka 11: Souhrnné výsledky zkoumaných společností - Externí žebříčky

Závěrem hodnotící tabulky této analýzy je **suma bodů**, které tvoří celkový výsledek ze všech čtyř tabulek, a tedy ze všech zkoumaných oblastí. Součet vznikl přičtením **5 bodů, za každé „ANO“** ve všech čtyřech tabulkách. Odpověď „NE“ znamenala pro firmu nula bodů. Pokud byla kategorie splněna jen částečně, získala firma 1 (u „základního“ obsahu výroční zprávy) nebo 3 body (u „průměrného“ obsahu a částečného vykazování o CSR).

Toto závěrečné hodnocení bylo shrnuto pro účel **hledání korelace mezi tímto výsledkem a výnosy společnosti**. Vzhledem k tomu, že tyto firmy by měly být příkladem a investovat své zisky do veřejné prospěšných aktivit, tak je ideálním předpokladem, že s rostoucími výnosy roste i zapojení do CSR a jiných aktivit.



Obrázek 9: Graf vzájemného vztahu výnosů a zájmu o CSR

Korelační koeficient vypočítaný za pomoci funkce COREEL v Excelu je **0,43** a tento vztah tedy můžeme považovat za **střední kladnou korelaci**, jinými slovy spojitost mezi těmito proměnnými existuje, ale není moc velká.

Vzhledem k velikosti vzorku, nemůžeme považovat výsledek za statisticky významný a bylo by třeba zkoumat tuto problematiku na rozsáhlejších datech. I když je na grafu patrný mírný rostoucí zájem o CSR s rostoucími výnosy, nejedná se o pravidlo.

Dvě již několikrát zmiňované firmy **ČEZ** a **ŠKODA auto**, jsou však jako nejvýhodnější body nejlepším příkladem a vzorem pro ostatní.

7 Závěry a doporučení

Výsledkem práce je poznání nemalé části českého trhu a jeho postoje k CSR. Z vyhledávání na portálu Web of Science bylo patrné, že se důležitost CSR opravdu zvyšuje a stejný fakt potvrzují i průzkumy například od společnosti Ipsos. Tato fakta potvrdila ale i praktická část této práce zkoumáním u vybraného vzorku, jelikož u některých firem byl patrný posun například v grafickém zpracování vykazovaných informací, a tak tedy i v důležitosti CSR pro jejich firmu. Na webových stránkách společností bylo také často patrné, že se zabývají CSR nejvíce především posledních pět let nebo se dokonce teprve nedávno začali touto problematikou zabývat a dávají tomu každým rokem větší důraz. Tato práce tedy potvrdila předpoklad důležitosti této otázky pro nejednu firmu ať už z konkurenčního nebo společenského nátlaku.

V této oblasti se nabízí obrovská řada dalších možných zkoumání ať už zvětšením vzorku nebo zaměřením se na určitý segment trhu a například vlivu CSR na jejich podíl na trhu. V této práci nebyl vůbec zkoumán vliv CSR aktivit na výnosy společnosti, protože se jednalo o firmy s největšími výnosy v Česku, ale věřím, že i na tuto část má CSR vliv a jedná se o zajímavou problematiku ke zkoumání.

Navazující práce by ale mohla pojednávat i o vlivu CSR aktivit na jiné aspekty než jen finanční. Zajímavou oblastí studie může být i zapojení CSR aktivit jako lákadlo pro nové zaměstnance i pro udržení těch stálých, tedy vliv CSR na zaměstnanost nebo fluktuaci zaměstnanců.

V práci bylo zjištěno, že všechny zkoumané firmy dodržují zákony a zveřejňují patřičné informace, nicméně se jedná zároveň o problematiku posledních let, kdy firmy tuto povinnost nedodržují, a tak by mohlo být dalším průzkumem rozšíření vzorku a zkoumání této problematiky.

Možností je celá řada, jelikož CSR neustále a stále více ovlivňuje naše životy a bude je ovlivňovat i nadále a je důležité, aby se nad tím zamýšlely nejen firmy, ale i jedinci už třeba u samotné volby zaměstnání nebo u koupi různých produktů, protože tak můžeme i my sami podpořit jednání firem v tomto ohledu.

8 Seznam použité literatury

[1] Corporate Social Responsibility (CSR) Definition. *Investopedia: Sharper insight, better investing*. [online]. Dostupné z:

<https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>

[2] Crane, Andrew & Matten, Dirk & Spence, Laura. [2013]. *Corporate Social Responsibility: In Global Context*. *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*. [online]. Dostupné z:

https://www.researchgate.net/publication/228123773_Corporate_Social_Responsibility_In_Global_Context

[3] ČERNOHORSKÁ, Lenka a Anna PUTNOVÁ. *Společenská odpovědnost firem a jak ji měřit?*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2012. ISBN 978-80-7204-806-9.

[4] 14 otázek a odpovědí o CSR - Business Leaders Forum. *Homepage - Business Leaders Forum* [online]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/14-otazek-a-odpovedi-o-csr/>

[5] CSR v ČR | Národní informační portál o CSR. *Národní informační portál o CSR* [online]. Copyright © 2015 Národní informační portál o CSR [cit. 01.12.2019]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/csr-v-cr/>

[6] Vyhodnocení dotazníkového průzkumu CSR | MPO. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. Copyright © Copyright 2005 [cit. 03.12.2019]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/spolecenska-odpovednost-organizaci/vyhodnoceni-dotaznikoveho-pruzkumu-csr--236623/>

[7] Společenská odpovědnost firem ovlivňuje lidi při jejich doporučení a rozhodování | Ipsos. *Redirecting to https://www.ipsos.com/en* [online]. Copyright © 2016 [cit. 03.12.2019]. Dostupné z: <https://www.ipsos.com/cs-cz/spolecenska-odpovednost-firem-ovlivnuje-lidi-pri-jejich-doporucovani-rozhodovani>

[8] IPSOS CSR & REPUTATION RESEARCH | Ipsos. [online]. Copyright © 2016 [cit. 24.04.2020]. Dostupné z: <https://www.ipsos.com/cs-cz/ipsos-csr-reputation-research>

- [9] Co je audit, pro koho je určen a jeho druhy | Interexpert Bohemia, spol. s.r.o. - auditorská společnost. *Interexpert Bohemia, spol. s.r.o. - auditorská společnost* [online]. Copyright © INTEREXPERT BOHEMIA spol. s r.o. [cit. 01.12.2019]. Dostupné z: <http://interexpert.cz/audit-a-jeho-druhy/>
- [10] Účetnictví podnikatelů: Audit: redakční uzávěrka k 8.1.2018. Ostrava: Sagit, 2005. ÚZ. ISBN 978-80-7488-278-4.
- [11] Stát chce dostat z firem účetní závěrky. Kdo je nedá do rejstříku, toho do roku zruší. *Právní rádce* [online]. [cit. 02.12.2019] Dostupné z: <https://pravniradce.ihned.cz/c1-66139240-stat-chce-dostat-z-firem-ucetni-zaverky-kdo-je-neda-do-rejstriku-toho-do-roku-zrusi#>
- [12] 100 Nejvýznamnějších - CZECH TOP 100. CZECH TOP 100 [online]. Copyright © CZECH TOP 100 2020 [cit. 05.03.2020]. Dostupné z: <https://www.czechtop100.cz/cs/projekty/zebricky/100-nejvyznamnejsich>
- [13] Web of Science. *Web of Science* [online]. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: www.webofknowledge.com
- [14] *Veřejný rejstřík a Sbírka listin* - Ministerstvo spravedlnosti České republiky. [online]. Copyright © 2012 [cit. 10.03.2020]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>
- [15] Společenská odpovědnost | ŠKODA AUTO a.s.. *ŠKODA AUTO Česká republika / Oficiální web ŠKODA AUTO a.s.* [online]. Copyright © ŠKODA AUTO a.s. 2020 [cit. 10.03.2020]. Dostupné z: <https://www.skoda-auto.cz/o-nas/spolecenska-odpovednost>
- [16] Zpráva o trvale udržitelném rozvoji 2017/2018: ŠKODA se špičkovým výsledkem v ochraně životního prostředí a společenské angažovanosti - ŠKODA Storyboard. [online]. Copyright © ŠKODA AUTO a.s. 2020 [cit. 10.03.2020]. Dostupné z: <https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/zprava-o-trvale-udrzitelnem-rozvoji-2017-2018-skoda-se-spickovym-vysledkem-v-ochrane-zivotniho-prostredi-a-spolecenske-angazovanosti/>

- [17] Zprávy o udržitelném rozvoji | Skupina ČEZ - O Společnosti. Skupina ČEZ [online]. [cit. 22.03.2020]. Dostupné z: <https://www.cez.cz/cs/o-cez/energie-pro-budoucnost/zpravy-o-udrzitelnem-rozvoji>
- [18] Jsme zodpovědní | Agrofert. Agrofert | JIŽ 25 LET S RESPEKTEM KE SKUTEČNÝM HODNOTÁM [online]. [cit. 22.03.2020]. Dostupné z: <https://www.agrofert.cz/o-agrofertu/jsme-zodpovedni>
- [19] Životní prostředí - ENERGETICKÝ A PRŮMYSLVÝ HOLDING, a.s.. ENERGETICKÝ A PRŮMYSLVÝ HOLDING, a.s. [online]. Copyright © Energetický a průmyslový holding, 2018 [cit. 31.03.2020]. Dostupné z: <https://www.eholding.cz/zivotni-prostredi/>
- [20] Unipetrol. *Zodpovědná firma* [online]. [cit. 31.03.2020]. Dostupné z: <https://www.unipetrol.cz/cs/ZodpovednaFirma/Stranky/CSR.aspx>
- [21] Unipetrol lidem. Unipetrol lidem [online]. [cit. 31.03.2020]. Dostupné z: <https://www.unipetrollidem.cz/>
- [22] FOXCONN CZ - Co a koho sponzorujeme. FOXCONN CZ - Foxconn [online]. Copyright © Foxconn CZ 2000 [cit. 31.03.2020]. Dostupné z: <https://www.foxconn.cz/co-a-koho-sponzorujeme/>
- [23] Zásady chování společnosti | Třinecké Železárny – Moravia Steel. [online]. Copyright © TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY [cit. 06.04.2020]. Dostupné z: <https://www.trz.cz/clanky/32/zasady-chovani-spolecnosti>
- [24] Naše odpovědnost | Bosch Česká republika. Domovská stránka | Bosch Česká republika [online]. Copyright © Robert Bosch odbytová s.r.o. 2020, všechna práva vyhrazena [cit. 06.04.2020]. Dostupné z: <https://www.bosch.cz/nase-spolecnost/nase-odpovednost/>
- [25] Sustainability | Bosch Global. Invented for life | Bosch Global [online]. Copyright © Robert Bosch GmbH 2020, all rights reserved [cit. 06.04.2020]. Dostupné z: <https://www.bosch.com/company/sustainability/>

- [26] Společenská odpovědnost | Čepro a.s.. Přeprava, skladování a prodej ropných produktů | Čepro a.s. [online]. Copyright © Created by [cit. 06.04.2020]. Dostupné z: <https://www.ceproas.cz/o-nas/spolecenska-odpovednost>
- [27] Společenská odpovědnost - MOL Česká republika, s.r.o.. [online]. Copyright © 2017 [cit. 06.04.2020]. Dostupné z: <https://molcesko.cz/cz/o-nas/spolecenska-odpovednost/>
- [28] Poporujeme | innogy. Plyn a elektřina od innogy | innogy [online]. Copyright © 2020 innogy [cit. 07.04.2020]. Dostupné z: <https://www.innogy.cz/o-innogy/innogy/podporujeme/>
- [29] Odpovědný přístup | O2 Czech Republic. 301 Moved Permanently [online]. Copyright © O2 Czech Republic a.s. [cit. 07.04.2020]. Dostupné z: <https://www.o2.cz/spolecnost/odpovedny-pristup/>
- [30] Myslíme na. | *Myslíme na* [online]. © O2 Czech Republic a.s. [cit. 07.04.2020]. Dostupné z: <http://www.o2myslimena.cz/>
- [31] Udržitelný rozvoj | Metrostav. [online]. Copyright © 2020 Metrostav [cit. 07.04.2020]. Dostupné z: <https://www.metrostav.cz/cs/udrzitelny-rozvoj>
- [32] Společenská odpovědnost | Veolia Czech Republic. Redirecting to <https://www.veolia.cz/cs> [online]. Copyright © 2020 Veolia [cit. 07.04.2020]. Dostupné z: <https://www.veolia.cz/cs/spolecenska-odpovednost>
- [33] Porsche Česká republika | Úvod [online]. [cit. 07.04.2020] Dostupné z: <http://www.porsche.co.cz/o-nas#spst>
- [34] Společenská odpovědnost | MAKRO.cz. MAKRO | Velkoobchod potravin a dalšího zboží | MAKRO.cz [online]. Dostupné z: <https://www.makro.cz/spolecenska-odpovednost>
- [35] T-Mobile Pomáháme. [online]. Copyright © 2004 [cit. 07.04.2020]. Dostupné z: <https://www.t-mobile.cz/microsites/pomahame/index.html>
- [36] ARMEX GROUP s.r.o. | Společenská odpovědnost. ARMEX GROUP s.r.o. [online]. Dostupné z: <https://armex.cz/spolecenska-zodpovednost/>

- [37] Odpovědné firmy (TOP) | Brožury a výsledky TOP OF. Odpovědné firmy (TOP) | Odpovědné firmy [online] [cit. 25.03.2020]. Dostupné z: <http://www.odpovednefirmy.cz/cena-top/galerie-uspesnych-1/brozury-a-vysledky.html>
- [38] Nejobdivovanější firmy již po jedenadvacáté - CZECH TOP 100. CZECH TOP 100 [online]. Copyright © CZECH TOP 100 2020 [cit. 27.03.2020]. Dostupné z: <https://www.czechtop100.cz/cs/aktualne/detail/nejobdivovanejsi-firmy-jiz-po-jedenadvacate-11310>
- [39] CZECH TOP 100 [online]. Copyright © [cit. 27.03.2020]. Dostupné z: <https://www.czechtop100.cz/file/edee/2019/11/vysledkova-listina-2019-vyrocnizpravy.pdf>
- [40] Digital Marketing Training & Certification Courses | DMI [online]. Copyright Copyright Digital Marketing Institute 2020. [cit. 31.03.2020]. Dostupné z: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
- [41] Y. H. Hendlin, S. A. Bialous. 2018. The environmental externalities of tobacco manufacturing: A review of tobacco industry reporting. *Springer*
- [42] Dhaliwal, Dan S.; Li, Oliver Zhen; Tsang, Albert; et al. (2011) Voluntary Nonfinancial Disclosure and the Cost of Equity Capital: The Initiation of Corporate Social Responsibility Reporting
- [43] Kim, Yongtae; Park, Myung Seok; Wier, Benson (2012) Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?
- [44] Frias-Aceituno, Jose V.; Rodriguez-Ariza, Lazaro; Garcia-Sanchez, I. M. (2013) The Role of the Board in the Dissemination of Integrated Corporate Social Reporting, Corporate Social Responsibility and Environmental Management Vol. 20 (4).
- [45] *Společenská odpovědnost*. BusinessInfo.cz - Oficiální portál pro podnikání a export [online]. [cit. 29.4.2020]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/#p1>

9 Přílohy

- 1) Tabulka hodnocení 25 nejlepších velkých firem v oblasti CSR – průzkum ^[37]

TOP 25 VELKÝCH FIREM

Firma	Hodnocené oblasti (% naplnění dané oblasti)					Celkový rating (v %)	Zlepšení
	Strategie	HR a diverzita	Dodavatelsko-odběratelský řetězec	Životní prostředí	Podpora komunit		
VELUX Česká republika	94	89	96	96	96	94	nově v ratingu, leader
Vodafone Czech Republic	98	99	82	93	95	93	leader ↑
Skanska	94	90	93	98	80	92	leader ↑
Skupina ČEZ	94	88	92	85	99	91	leader ↑
Pižeňský Prazdroj	94	85	90	91	90	90	leader ↑
Nestlé Česko	93	92	95	86	79	89	↑
Accenture	92	93	84	84	92	89	↑
Pivovary Staropramen	93	86	88	86	90	88	↑
O2 Czech Republic	92	91	81	75	97	86	↑
Československá obchodní banka	88	91	82	80	88	85	↑
Tesco Stores ČR	87	82	88	83	86	85	↑
HP Inc.	89	91	83	88	66	84	nově v ratingu
Coca-Cola HBC Česko a Slovensko	77	78	82	89	90	84	nově v ratingu
GlaxoSmithKline	94	99	85	54	81	81	↑
ING Bank N. V.	89	84	88	62	87	81	nově v ratingu
Microsoft	80	94	87	60	89	81	↑
VEOLIA ČESKÁ REPUBLIKA	79	79	70	84	90	80	↑
KPMG Česká republika	76	85	74	81	85	80	→
Edenred CZ	88	83	76	61	83	77	nově v ratingu
L'Oréal Česká republika	71	83	68	86	74	77	↑
PwC Česká republika	85	78	71	71	70	75	→
Direct Parcel Distribuce CZ	76	75	73	81	67	75	→
Lidl Česká republika	82	71	81	62	73	74	nově v ratingu
Philip Morris ČR	78	81	83	49	81	74	nově v ratingu
Kooperativa pojišťovna, a. s., Vienna Insurance Group	57	83	71	67	88	73	nově v ratingu
Letiště Praha	75	76	76	76	62	73	↑

↑ zlepšení oproti předchozím ročníkům

→ srovnatelný výsledek

leader firma přesahuje 90% z celkového maxima

Zadání diplomové práce

Autor: Bc. Beáta Davidová

Studium: I1800729

Studijní program: N6209 Systémové inženýrství a informatika

Studijní obor: Informační management

Název diplomové práce: **Vykazování informací a společenská odpovědnost**

Název diplomové práce AJ: Reporting and corporate social responsibility

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cílem práce je popsat přístup ke společenské odpovědnosti v České republice a poté u vybraných společností analyzovat jejich vykazování v rámci finančního účetnictví a společenské odpovědnosti. Následně budou rozebrány případné vazby zkoumaných oblastí včetně auditu a výkonnosti společností.

Osnova:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Charakteristika společenské odpovědnosti
4. Audit
5. Vykazování informací
6. Průzkum u vybraných firem
7. Shrnutí výsledků
8. Závěr a doporučení
9. Seznam použité literatury
10. Přílohy

Garantující pracoviště: Katedra ekonomie,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Ing. Libuše Svobodová, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 15.10.2018